



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA EN MARKETING**

TEMA

**“PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA
SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO
DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA,
SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016.”**

NOMBRE DEL TUTOR

Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes

INVESTIGADORA:

BLANCA SUSANA ANASTACIO ASUNCIÓN

Guayaquil, 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016". IMPLEMENTAR UN PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAISO 14	
AUTOR/ES: BLANCA SUSANA ANASTACIO ASUNCIÓN	TUTOR: MSC. JOSÉ VÍCTOR HUGO ARROBO REYES REVISORES:
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN
CARRERA: MERCADOTECNIA	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 114
TÍTULO OBTENIDO: INGENIERÍA EN MARKETING	
ÁREAS TEMÁTICAS: Marketing, estrategias, turismo, servicio al cliente, comunidad	
PALABRAS CLAVE: Marketing, Estrategias, comunidad, clientes.	
RESUMEN: El presente proyecto de investigación permite a través del Plan de Desarrollo Estratégico de la Municipalidad de La Manga del Cura, elaborar un plan de marketing con actividades para el desarrollo económico, ambiental, cultural y turístico de los habitantes de un cantón Manabita como es El Carmen que posee atractivos naturales. El planteamiento del problema formula la pregunta de ¿Qué efecto generará un “Plan de Marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes, Cantón La Manga del Cura, sector Paraíso 14, año 2016, para fomentar el turismo comunitario, las perspectivas de un planeamiento estratégico para consolidar este objeto de estudio. Se miden las variables independiente y dependiente con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada. Los métodos aplicados ayudan a observar y verificar las causas y efectos de la problemática para conseguir una conclusión. Las técnicas que se utilizan están dirigidas a los habitantes y a los turistas que a través de la encuesta con preguntas, ayudan a conocer cuáles son las exigencias que el atractivo turístico requiere sea atendido por organismos e instituciones públicas y privadas, los resultados alcanzados evidencian la importancia de un plan de marketing con acciones que dan paso a otra fuente de ingreso en La Cascada Salto del Armadillo, que se realiza mediante el proceso ordenado en busca de gestionar actividades hacia el turismo sostenible y comunitario, recuperar el valor histórico y preservar el medio ambiente. Se hace imprescindible canalizar la demanda de los recursos en el área de investigación con el apoyo de la comunidad. La propuesta tiene el fin de llevar a cabo a través de un flujo de secuencia, cumplir con las metas propuestas y lograr que los habitantes de La Manga del Cura sean considerados para el trabajo en su hábitat.	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES Blanca Susana Anastacio Asunción	Teléfono: 0986764668 E-mail: blanca28mp@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec
	Nombre: Secretaría de la Facultad Teléfono: (03)2848487 Ext. 123 E-mail: fca@uta.edu.ec

Índice de contenidos

Portada.....	i
Repositorio Senescyt.....	ii
Índice de contenidos.....	iii
Certificación del tutor.....	vi
Declaración de autoría y Sesión Derecho	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
PROBLEMA A INVESTIGAR	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Formulación del problema	5
1.4. Delimitación del problema.....	5
1.5. Justificación de la investigación.....	5
1.6. Sistematización del problema	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.7. Objetivo general	7
1.8. Objetivos específicos.....	8
1.9. Límites de la investigación.....	8
1.10. Identificación de las variables	9
1.11. Hipótesis de la investigación	9
1.12. Operacionalización de variables.....	10
CAPÍTULO II	14
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
2.1. Antecedentes referenciales y de investigación.....	14
2.2. Marco teórico referencial	17
2.2.1. Ventaja competitiva.....	24
2.2.1.1. Sistemas de información	25
2.2.1.2. Posición competitiva	25
2.2.2. Recursos	26
2.2.2.1 Recursos Humanos	26
2.2.2.2. Productos.....	27
2.2.3 Cualidades	27
2.2.3.1. Calidad	28
2.3. Marco legal.....	28
2.4. Marco conceptual	30
CAPÍTULO III	33
METODOLOGÍA	33
3.1. Métodos de la investigación.....	33
▪ Método deductivo.....	33

▪ Método Analítico.....	34
• Método empírico-analítico	34
▪ Método comparativo	35
3.2. Población y muestra	35
3.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos	37
3.4. Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos	39
Presupuesto para la recolección de datos	40
3.5. Tratamiento a la información - procesamiento y análisis	40
3.6. Presentación de resultados	42
Principales hallazgos	49
Conclusiones	51
Recomendaciones.....	51
CAPÍTULO IV	52
PROPUESTA	52
4.2. Justificación de la propuesta	52
4.3. Objetivos generales de la propuesta	54
4.4. Objetivos específicos de la propuesta	54
4.5. Listado de contenidos y flujo de la propuesta	54
4.7. Desarrollo de la propuesta.....	59
4.8. Impacto/Producto/Beneficio obtenido.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS.....	79
ANEXO 1 MARCO LEGAL	80
ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA	88
ANEXO 3 FOTOS DEL RECONOCIMIENTO DEL SITIO TURÍSTICO	89
ANEXO 4 ACTIVIDAD REALIZADA	96
ANEXO 5 MAPAS DEL CANTÓN LA MANGA DEL CURA	99

Índice de tabla

Tabla 1 Pregunta 1 ¿Visita usted los sitios turísticos que posee en el Ecuador?	42
Tabla 2 Pregunta 2 ¿Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas naturales que se pueden visitar?	43
Tabla 3 Pregunta 3 ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee La Manga del Cura?	44
Tabla 4 Pregunta 4 ¿Qué cualidades considera usted que califican a La Manga del Cura?	45
Tabla 5 Pregunta 5 ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la La Cascada Salto del Armadillo?	46
Tabla 6 Pregunta 6 ¿Considera usted interesante visitar y conocer los	

encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?	47
Tabla 7 Pregunta 7 ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?	48

Índice de cuadro

CUADRO 1 Calculo del tamaño de la muestra	37
CUADRO 2 Cronograma	39
CUADRO 3 Presupuesto para la recolección de datos	40

Índice de gráfico

GRÁFICO 1 Pregunta 1 ¿Visita usted los sitios turísticos que posee en el Ecuador?	42
GRÁFICO 2 Pregunta 2 ¿Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas Naturales que se pueden visitar?	43
GRÁFICO 3 Pregunta 3 ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee La Manga del Cura?	44
GRÁFICO 4 Pregunta 4 ¿Qué cualidades considera usted que califican a La Manga del Cura?	45
GRÁFICO 5 Pregunta 5 ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la La Cascada Salto del Armadillo?	46
GRÁFICO 6 Pregunta 6 ¿Considera usted interesante visitar y conocer los encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?	47
GRÁFICO 7 Pregunta 7 ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?	48

Índice de ilustración

Ilustración 1 Vía de acceso al Sitio turístico por el recinto Patricia Pilar	90
Ilustración 2 Vía de acceso a la Cascada Salto del Armadillo	91
Ilustración 3 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo	92
Ilustración 4 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo	93
Ilustración 5 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo	94
Ilustración 6 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo	95
Ilustración 7 Encuesta en el Cantón La Manga del Cura	96
Ilustración 8 Encuesta Realizada A los Habitantes del Cantón La Manga del Cura	97
Ilustración 9 Visita Al Prosecretario General De Consejo Provincial De Manabí	98

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Guayaquil, agosto 10 del 2016

MAE. Eva Guerrero López
Directora
Carrera de Mercadotecnia
Ciudad

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, comunico a usted que el estudiante Blanca Susana Anastacio Asunción de la Carrera de Mercadotecnia ha culminado con el desarrollo del Trabajo de Titulación “**PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAISO 14, AÑO 2016**”, el mismo que fue desarrollado bajo mi tutoría y ha sido concluido con excelente estándares de calidad.

Agradezco de antemano su atención.

Cordialmente,

MSc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes
Tutor del Trabajo de Titulación

Guayaquil, 28 de Marzo del 2016

**ING.COM.MSC
ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG
DECANA DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN.**

Ciudad.-

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del proyecto educativo con el tema: **“PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016”**. Diseñó y ejecutó el proyecto de marketing con la Propuesta: **IMPLEMENTAR UN PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAISO 14**, pertenecen a la Facultad de Administración.

Atentamente,

**Blanca Susana Anastacio Asunción
C.C # 0920717428**

AGRADECIMIENTO

En especial al Ser Supremo, por todos los momentos que me ofrece y me llenan de fortalezas para ser constante con mis objetivos.

A mi precioso hijo MOISÉS PEÑAFIEL ANASTACIO porque cada día que me muestra su amor llena mi corazón de alegría.

A mi familia, por su incondicional afecto que proyecta en mí la perseverancia que es importante en mi carrera profesional, por sus valores, sus principios, primordiales formadores de mi carácter.

A mi tutor MSC. JOSÉ VÍCTOR ARROBO REYES por sus enseñanzas, consejos y dedicación, a mis maestros por su valiosa sabiduría para inculcar sus conocimientos y transmitirlos para prepararme en el camino del aprendizaje.

A la familia REGALADO LANDAZURI, que comprenden que esta etapa de mi vida es un pilar para nutrir mis conocimientos y aplicarlos en el desempeño de mis labores.

A mis compañeras y compañeros con quien he adquirido conocimientos y habilidades, he compartidos con ellos lágrimas, tristeza, alegrías, éxitos y ansiedades.

A todos y cada uno que fueron y son parte de un motivo para escalar y llegar a cumplir metas propuestas, sin sus aportes el camino sería difícil.

Blanca Susana Anastacio Asunción

DEDICATORIA

Como no dedicar este trabajo a DIOS que guía mis pasos, y del que recibo bendiciones en cada etapa de mi vida, me da fortalezas en los momentos de soledad, y me ha permitido llegar a cumplir otra meta.

A mi hijo MOISES PEÑAFIEL ANASTACIO ser especial y la más grande bendición, motor que impulsa mi vida para alcanzar los propósitos que he trazado en mi existencia, gracias por tenerme paciencia y saberme esperar.

A mis padres por su valor y apoyo durante todo este tiempo que me han llevado a culminar este trabajo de investigación, por sus consejos que son tesoros y ejemplos para no desmayar, seguir adelante para enfrentar las adversidades.

Blanca Susana Anastacio Asunción



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE MERCADOTECNIA
INGENIERÍA EN MARKETING

PROYECTO: “PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016”.

PROPUESTA: IMPLEMENTAR UN PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAISO 14

AUTORA: Blanca Susana Anastacio Asunción

CONSULTOR: Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes

RESUMEN

El presente proyecto de investigación permite a través del Plan de Desarrollo Estratégico de la Municipalidad de La Manga del Cura, elaborar un plan de marketing con actividades para el desarrollo económico, ambiental, cultural y turístico de los habitantes de un cantón Manabita como es El Carmen que posee atractivos naturales. El planteamiento del problema formula la pregunta de ¿Qué efecto generará un “Plan de Marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes, Cantón La Manga del Cura, sector Paraíso 14, año 2016, para fomentar el turismo comunitario, las perspectivas de un planeamiento estratégico para consolidar este objeto de estudio. Se miden las variables independiente y dependiente con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada. Los métodos aplicados ayudan a observar y verificar las causas y efectos de la problemática para conseguir una conclusión. Las técnicas que se utilizan están dirigidas a los habitantes y a los turistas que a través de la encuesta con preguntas, ayudan a conocer cuáles son las exigencias que el atractivo turístico requiere sea atendido por organismos e instituciones públicas y privadas, los resultados alcanzados evidencian la importancia de un plan de marketing con acciones que dan paso a otra fuente de ingreso en La Cascada Salto del Armadillo, que se realiza mediante el proceso ordenado en busca de gestionar actividades hacia el turismo sostenible y comunitario, recuperar el valor histórico y preservar el medio ambiente. Se hace imprescindible canalizar la demanda de los recursos en el área de investigación con el apoyo de la comunidad. La propuesta tiene el fin de llevar a cabo a través de un flujo de secuencia, cumplir con las metas propuestas y lograr que los habitantes de La Manga del Cura sean considerados para el trabajo en su hábitat.

Palabras claves: Turismo Marketing Desarrollo Atractivos

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo e investigación está compuesto por los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Contiene el planteamiento del problema para realizar la formulación y conocer la problemática para buscar la solución a través de una propuesta, la justificación, sistematización, los objetivos se manifiestan en la hipótesis para describir las variables.

CAPÍTULO II: Se desarrollan los antecedentes referenciales donde muestra diferentes teorías, el marco teórico, el marco legal y el marco conceptual

CAPÍTULO III: En este capítulo están los métodos que se aplican para resolver la temática de la investigación, la población y muestra con la cual se desarrollan las encuestas, las técnicas e instrumentos, los recursos que permiten el procesamiento y el análisis de la presentación de los resultados

CAPÍTULO IV: Este capítulo se refiere a la propuesta donde según los datos observados se da la solución para aplicar, el flujo de la propuesta se muestra el proceso de los impactos, productos y beneficios, conclusión y recomendación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1.Tema

PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016.

1.2.Planteamiento del problema

La Cascada Salto del Armadillo se encuentra dentro del cantón La Manga del Cura, ubicada en la provincia de Manabí, considerada como un atractivo turístico en el perfil costero de Ecuador. En el año 2015 se presentó una disputa entre las provincias de Guayas, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos, lo que generó que en el mes de septiembre de ese mismo año, se planteará a través de una consulta popular determinar a qué provincia pertenecía La manga del Cura. Dadas las obras de estructura en las carreteras, la unión de las provincias de Guayas y Manabí fue excelente, dió inicio al proceso de ingreso por las mejoras de las vías.

Los territorios manabitas presentan en su geografía un turismo de belleza natural, rodeada de encantos y senderos que hacen del turista retornar para involucrarse en una fantasía. La Manga del Cura lleva su nombre por el Sacerdote Luis María Pinto que abrió camino (trochas) para llegar en menor tiempo a la provincia del Pichincha, de ahí su nombre para identificar a este lugar

turístico. En la consulta que se realizó se pudo comprobar sus raíces a pesar de las confrontaciones que se generó por las otras provincias, el precautelar sus recursos son uno de los intereses en los habitantes unidos que defienden sus sueños y el amor de su tierra, que es un disfrute por la comuna del Sector Paraíso 14, en uno de sus atractivos como es la Cascada del Salto del Armadillo. Su población, que supera los 60 mil habitantes en 200 comunidades, tres de las cuales son las más pobladas, según datos de Plan de desarrollo estratégico que lleva a cabo la Prefectura de la provincia de Manabí.

El cantón La Manga del Cura, El Sector Paraíso 14, cuenta con una problemática que es principal para el desarrollo de este tema de investigación como es la carencia de promociones turísticas, los habitantes del sector no reciben capacitación sobre cómo tratar al turista, ser guía de excursión, mostrar los diferentes atractivos naturales y culturales que los identifica representantes autóctonos del lugar y las preferencias que se otorgue a los visitantes, ya que su mayor fuente de ingreso es la agricultura.

El Prefecto Ing. Mariano Zambrano Segovia del Consejo Provincial de Manabí indica que no han sido debidamente explotados. “Una de las falencias que impide el desarrollo integral, es la escasez de recursos económicos por parte del Gobierno Central.”, esto crea un inconveniente latente con las obras incompletas en la red vial, la falta de puentes, espaldones, muro de gaviotas, las carreteras o vías de acceso que hacen difícil el ingreso hacia el lugar. (<http://www.manabi.gob.ec>, 2014)

El camino para llegar a la Cascada Salto del Armadillo desde El Carmen es 50% asfaltado y el otro 50% lastrado, mismo que se encuentra en estudio para su respectivo asfaltado, es una ribera oriental, una quebrada suavemente irregular, hacia el este con pendientes continuadas y laderas abruptas, cubiertas de vegetación en su mayor parte, se forma una pendiente mucho más suave aproximadamente de 20 m. y origina una pequeña playa y hacia el oeste dominado completamente por la cascada. Para llegar al sitio, se puede optar por la vía Pichincha-Quevedo, hasta el cantón Santa Fe (Provincia de Los Ríos), provincia Guayas (El Empalme) por la represa Daule-Peripa, y pasar una gabarra. Otra es por la carretera de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se llega hasta el recinto Patricia Pilar y a Los Ángeles, a una distancia de 20 metros, ubicación estratégica para llegar más rápido al sitio, que es muy recomendado para el disfrute con la familia.

Actualmente existe una estrategia denominada Turismo sin Fronteras, que tiene como objetivo desarrollar proyectos turísticos en espacios territoriales con ofertas entre provincias hermanas con las cuales limita; es decir un turismo bi-provincial para desarrollar la economía local en base a recursos bioculturales. Es ahí donde se desarrolla el tema de investigación, para llegar a conocer la raíz de la problemática del porque esta riqueza natural no es conocida o explotada aun con el proyecto turístico que demanda la población del Ecuador. Se busca lograr que esta fuente de ingreso en conjunto con la Prefectura del Cantón, gestione el mejoramiento de infraestructura en carreteras y de las actividades artesanales turísticas, en que los habitantes tendrán una mejor calidad de vida.

1.3. Formulación del problema

¿Qué efecto generará un “Plan de Marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes, Cantón La Manga del Cura, sector Paraíso 14, año 2016”.

1.4. Delimitación del problema

El tema de investigación se desarrollará en la población del Sector Paraíso 14, La Manga del Cura, para promover como fuente de ingreso la Cascada Salto del Armadillo a través de un plan de marketing que impulse el recurso económico en el tiempo de aplicación que se estima de acuerdo al cronograma que maneja el plan estratégico que tiene la Municipalidad (Zambrano Mariano) para promocionar los sitios turísticos en el cantón, que representan el alto potencial turístico que posee la provincia de Manabí.

1.5. Justificación de la investigación

En el Ecuador el turismo en la actualidad tiene una gran importancia, el Ministerio de Turismo trabaja en conjunto con los municipios, prefecturas y la cámara de turismo de cada provincia para el estudio y mejoramiento de las áreas naturales que tiene nuestro país. Si bien es cierto en los últimos años los habitantes de la región costa se han beneficiado de las múltiples campañas que se genera por parte de la entidad encargada de promocionar las riquezas naturales, con la finalidad de promover el servicio que se tiene tanto gastronómico como cultural.

El Paraíso 14, posee un clima tropical, con una extraordinaria biodiversidad que envuelve a quienes lo visitan, con una población de 11 mil habitantes, de las que el 72 % es rural y el 28% urbana, ubicado en la provincia de Manabí, limita con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas.

El proyecto permitirá posicionarse como un gran lugar turístico que engloba las regiones naturales de nuestro país, porque se implantarían estrategias de crecimiento y promoción para fomentar la excursión, tales como actividades deportivas al aire libre como una alternativa para los turistas para encontrar un lugar natural como el canyoning, bañarse al pie de la Cascada Salto del Armadillo, explorar las montañas, la flora y fauna. Posee un turismo de aventura, dirigido a todo tipo de turista nacional y extranjero donde se realizará una campaña publicitaria con vallas, cuñas radiales, creación de página web y spot publicitario durante el primer trimestre del año y cuando se innove alguna actividad.

Este proyecto apoyaría al desarrollo socio económico con enfoque intercultural con carácter nacional e internacional como factor importante que genera riqueza y muchos puestos de trabajo; los habitantes serán directamente quienes participen con su labor en actividades turísticas o relacionadas con ellas para contribuir con el intercambio de actitudes socio-culturales. Esta investigación de mercado permite cuantificar de manera técnica la demanda que se da en el cantón La Manga del Cura.

Con el apoyo del recurso económico y el de los habitantes de las comunas y parroquias aledañas se logrará el éxito de este sector que promete innovar actividades por parte de quienes

están coordinando las estrategias para que sea un sitio de opción donde los excursionistas, y amantes a los deportes extremos tengan la satisfacción y disfrute con su familia de las maravillas y encantos de nuestra naturaleza.

1.6.Sistematización del problema

- ¿De qué manera la investigación de mercado permite determinar la demanda potencial turística de La Cascada Salto del Armadillo?
- ¿Cómo crear una ventaja competitiva que ubique a la Cascada Salto del Armadillo del Sector Paraíso 14, La Manga del Cura, como uno de los principales lugares turísticos de Manabí.
- ¿Qué tipo de actividades de promoción son las apropiadas para que el turista frecuente la Cascada Salto del Armadillo, Sector Paraíso 14, la Manga del Cura?
- ¿Cómo se genera la información para posicionar en el ámbito turístico a la Cascada Salto del Armadillo Sector Paraíso 14, la Manga del Cura?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7. Objetivo general

Proponer un plan de Marketing para la optimización del turismo como fuente de ingreso de los habitantes, Cantón La Manga del Cura, sector Paraíso 14, año 2016”.

1.8. Objetivos específicos

- Determinar la demanda potencial turística de La Cascada Salto del Armadillo a través de la investigación de mercado.
- Identificar una ventaja competitiva que ubique a la Cascada Salto del Armadillo Sector Paraíso 14, La Manga del Cura, entre los principales lugares turísticos de Manabí.
- Establecer el deporte al aire libre como el canyoning, como una actividad de desarrollo turístico de la Cascada Salto del Armadillo del Sector Paraíso 14, La Manga del Cura.
- Difundir la información en vallas publicitarias, cuñas radiales, creación de página web y spot publicitario en el ámbito turístico para el posicionamiento de la Cascada Salto del Armadillo, Sector Paraíso 14, La Manga del Cura.

1.9. Límites de la investigación

La limitación de la investigación a desarrollarse en el sector turístico la Cascada Salto del Armadillo, ubicada en el sector Paraíso la 14- La Manga del Cura que es una fuente de ingreso económico, se realizó con información obtenida de los sitios de páginas de consultas virtuales, donde el proceso para obtener los datos físicos son pocos, por encontrarse el sitio ubicado en la provincia de Manabí al cual me dirigí por tres ocasiones para conocer exactamente la situación que se presenta en el lugar que tiene 3 rutas de acceso: la una por el lado de la Provincia de Manabí propiamente, la otra por la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, y por la provincia de Los Ríos.

Al conversar con un líder y con los mismos turistas que en temporada aumenta la afluencia, acerca de los servicios que ofrece el estar ahí para admirar las bellezas naturales que por falta de recursos no se da la adecuada atención a este rincón de nuestro país por parte de las autoridades gubernamentales.

1.10. Identificación de las variables

La identificación de las variables en la presente investigación que tiene como tema: PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016". Tiene las siguientes variables:

Variable Independiente: Plan de Marketing

Variable Dependiente: Fuente de ingreso en los habitantes

1.11. Hipótesis de la investigación

La interpretación de la hipótesis se divide en dos partes:

Hipótesis General: Si se implementara un plan de Marketing para la optimización del turismo como fuente de ingreso de la Cascada Salto del Armadillo, Sector Paraíso 14, La Manga del Cura, entonces la nueva alternativa de turismo le permitirá al sitio mejorar su economía de una manera planificada y que sea uno de los principales destinos turísticos del país.

Hipótesis Particular: Si el estudio de mercado turístico crea ventajas competitivas, entonces promocionar las actividades deportivas harían de la Cascada Salto del Armadillo un sitio de elección.

1.12.Operacionalización de variables

La presente investigación tiene como estudio la conceptualización, las dimensiones, indicadores, la parametrización y los instrumentos de cada variable para formular una propuesta de alternativa de solución para la Cascada Salto del Armadillo, ubicado en la provincia de Manabí.

Tabla 1 Hipótesis General

Hipótesis General	Variables	Definición Marco Teórico	Fuente	DIMENSIONES	INDICADORES Sub- dimensión (Cuantificación de las dimensiones de conceptos y construcción de métricas precisas)	CATEGORÍAS (Parametrización) Como medirá la sub dimensión (valores o estados que puede adoptar una variable)	INTRUMENTOS (Ver tabla) que herramienta usará para obtener la información
Si se implementara un plan de Marketing para la optimización del turismo como fuente de ingreso de la Cascada Salto del Armadillo, Sector Paraiso 14, La Manga del Cura, entonces la nueva alternativa de turismo le permitirá al sitio mejorar su economía de una manera planificada y que sea uno de los	Independiente Plan de Marketing	Documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, el producto, los canales de distribución a utilizar para hacerlo llegar al consumidor, los precios los cuales se deben vender, y las características generales de las actividades de promoción y operación de venta, a desarrollar en mercado durante el proceso de comercialización.	Plan de Marketing Marketing y Publicidad. David Parmerlee (2011)	Mercado	Analizar los factores que determinan la promoción	Cualitativo	Registro
				Distribución	Afluencia de turista nacional, local y extranjero.	Cuantitativo	Análisis de contenidos
				Consumidor	A través de la información conocer las preferencias	Cualitativo	Encuesta
				Promoción	Dar a conocer a través de la publicidad el sitio turístico	Cualitativo	Registro

	Dependiente Gestionar una Fuente de ingreso	Es el estudio de diversas alternativas	Procedimientos, estrategia y técnicas. 2da. Edición William A. Cohen (2010)	-Estrategias de comunicación -Estrategia de Publicidad -Estrategia de Promoción	Cubrir de manera integral las necesidades de la oferta turística Marketing online para el avance internacional y la competitividad del producto turístico. Estructurar tácticas	>=27 Alto >= 27 Alto >= Alto	Guía de observación Registro Encuesta
--	--	--	--	---	---	--	---

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Tabla 2

Hipótesis Particular	Variables	Definición Marco Teórico	Fuente	DIMENSIONES	INDICADORES Sub- dimensión (Cuantificación de las dimensiones de conceptos y construcción de métricas precisas)	CATEGORÍAS (Parametrización) Como medirá la sub dimensión (valores o estados que puede adoptar una variable)	INTRUMENTOS (Ver tabla) que herramienta usará para obtener la información
Si el estudio de mercado turístico crea ventajas competitivas, entonces promocionar las actividades harían de la Cascada Salto del Armadillo un sitio de elección	Independiente Promover la Cascada Salto del Armadillo.	Identificar los recursos naturales existentes en el área geográfica del Cantón La Manga del Cura	Plan de Desarrollo Estratégico La Manga del Cura Mariano Zambrano – Consejo Provincial de Manabí (2014)	Plan de acción Coordinación adecuada de logística	Insuficiente coordinación de actividades Análisis de Competitividad	Cuantitativo Cualitativo	Ficha técnica Guía de observación
	Dependiente Atractivo natural como Fuente de ingreso	Recursos de interés turístico capaces de promover oferta turística para satisfacer demanda del flujo de visitantes	Perfil básico del turista F. Xavier Medina, Damiá Serrano, Jordi Tresserras (eds) (2011)	Procedencia Frecuencia de visita Hábitos de cultura	Compromiso con los habitantes Intervenir en las actividades planificadas Desarrollo de talleres en la estadía del turista	>=27 Alto 19 – 26 Medio >= 27 Alto	Registro Encuesta Consulta a experto

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Se busca el progreso cultural turístico, que aumenta por el impulso de los habitantes que desean ver el reconocimiento de sus recursos naturales, donde se evidencia la necesidad por parte de los residentes recibir instrucción, capacitación sobre el manejo financiero y de relaciones humanas para con el turista sea este nacional, local o extranjero que frecuentan las maravillas que ofrece el sector.

Las comunicaciones son inusuales cercanas al sector, los mercados previos de turismo por su característica de estudio, ayudan con el análisis de la problemática que se presentan con el tema: Plan de marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes, cantón la Manga del Cura, sector paraíso 14, año 2016, la administración no cuenta con el correspondiente apoyo para llevar a cabo el plan estratégico, la descripción que promueve al turismo rural, cultural, religioso o de aventura en diversos puntos geográficos del lugar, la tipografía, y su hidrografía. A pesar de la desatención de este territorio, la principal actividad económica, contribuye al crecimiento y progreso social.

La demanda de turismo, alimentación, hospedaje, transporte, las tradiciones y la cultura en general debe atraer a la inversión nacional y extranjera a través de las infraestructuras que en la actualidad carecen de mantenimiento, las vías de acceso son de asfalto y los caminos para llegar no han recibido la atención por parte de la municipalidad en mejorar la estructura del suelo mixto que es inseguro cuando llueve al formarse charcos, lagunas que incrementan lo compacto de tierra a lodo, esto trae como consecuencia la proliferación de insectos dañinos a la salud, y el desequilibrio económico por la ausencia de turista en la Cascada Salto del Armadillo.

Se plantea la propuesta para trabajar en conjunto al diseño del Plan de Desarrollo Estratégico y con la comuna de la Cascada Salto del Armadillo, esto es a través de la publicidad con pancarta, folletos, vallas publicitarias, volantes para dar a conocer lo que brinda al visitar este hermoso paraíso natural que pocos conocen, sea una Reserva Natural Turística, un eco para la provincia de Manabí.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes referenciales y de investigación

El tema de investigación se presenta en la Cascada Salto del Armadillo, provincia de Manabí para promocionar los atractivos turísticos a través de un plan de marketing, y sea un factor que genere el ingreso económico adicional al que principalmente se dedican como es la actividad agrícola. Antes de mencionar las diferentes características del sitio turístico, se hace referencia sobre la provincia donde emerge la naturaleza de la Cascada Salto del Armadillo.

Manabí se encuentra atravesada por la Cordillera denominada costanera, que tiene su origen en la de Chongón o Colonche que nace en la provincia del Guayas, cordillera cuya altura no sobrepasa de 500 m.s.n.m.

La Manga del Cura tuvo el año pasado 2015 una disputa de territorio por parte de las provincias de Manabí, Los Ríos, Guayas y Santo Domingo de los Tsáchilas, los intereses políticos llevaron a desconocer el límite natural que esta dado por la geografía del Río Peripa. Los límites son: al norte con el Cantón El Carmen, al sur con el Cantón el Empalme, al este con los cantones de Santo Domingo de los Tsáchilas y Buena Fe de la provincia de los Ríos, al oeste con Pichincha, Chone, El Carmen.

La topografía, es regular con amplias zonas planas alrededor de la represa con ciertas elevación hacia el Cantón Chone.

Su hidrografía, que posee una región que comienza desde el río que rodea la Bramadora y se extiende 80km hasta la confluencia del Río Peripa, con el Río de Oro, donde se encuentra

el dique de la represa Daule Peripa, que delimita al este, donde nace las montañas de Santo Domingo y al oeste por el Río Oro que nace de las montañas de Chone. El Río se forma de la unión del Peripa con el Río Oro donde toma el nombre de Daule. La extensión de la Maga del Cura de Este y Oeste varía según el curso de dos ríos que constituyen el límite natural de la región. En el centro de la provincia se levantan los cerros de Montecristi y el de Hojas, hacia el norte se encuentran los cerros Cojimés y Coaque, en conjunto forman pequeños y fértiles valles irrigados por ríos que nacen en esta montaña. Hacia la faja costera existen grandes sabanas áridas y de escasas vegetación, genera una variedad de microclimas que van desde el cálido valles hasta a los frescos a orillas del mar o en las partes más altas llamadas tabladas, las características geográficas definen tres zonas diferenciadas:

- **La zona norte**, de continuas elevaciones trópicas, muy húmedas de alta pluviosidad, agrícola y ganadera,
- **la zona centro** es un gran valle de Poza Honda y todo el río Portoviejo hasta su desembocadura, de abundante vegetación y producción agrícola, se destaca el eje metropolitano de gran proyección industrial comercial,
- **la zona sur** que se caracteriza por un eje montañoso bajo, otorga facilidades para el cultivo del café y actualmente el turismo, especialmente extranjero, su potencia es un microclima primaveral constante y la presencia del Parque Nacional Machalilla, antiguo asentamiento de cultura precolombina. La tradición agrícola de esta provincia se mantiene hasta la actualidad, la ganadería y la avicultura, las camaroneras, la industria, el turismo.

Población, la población de Manabí es el 9.76% de la población del Ecuador, se han realizado varios estudios del territorio que delimitada entre las provincias de Pichincha, Los

Ríos, abarca una superficie de aproximadamente unos 100 km² y una población de 87.623 habitantes pertenecientes a unas 139 comunidades cuyos pobladores son de origen manabita.

Vialidad, urbana y rural intervenida en la Manga del Cura esta compuesta por el 68% de lastrado y 32% asfaltado, existe alrededor del 30% de la vialidad rural total unicamente cuenta con apertura de caminos, suelo agrícola natural no mejorado. La intervención del Municipio de El Carmen, Consejo Provincial de Manabí. (Zambrano, 2011)

La Cascada Salto del Armadillo es un espectáculo único, las cimas de los cerros son islas donde existe una gran variedad de flora y fauna, especies como cocodrilos, tigrillo, armadillos, guanta, venados, tortuga, réptiles, mamíferos, diversidad de aves, gran variedad de árboles maderables, y el turismo arqueológico con vestigios de cerámicas como flautas, cantaros, estatuillas.

Los límites son desde el origen del Río Peripa a mano derecha pertenece a la provincia de Manabí, con alrededor de 24000 habitantes, donde se hizo necesario aplicar una consulta popular que se realizó el 27 de septiembre del año 2015, en la que decidieron ser parte de esta provincia que posee otro sitio natural turístico como es la Cascada Salto del Armadillo a la cual se hace referencia en este contexto.

Según el relato del Sr. Jorge Eduardo Molina Quiroz, de Calceta (Manabí), describe la historia de este lugar que nace por la llegada del Padre María Pinto, de Quito a Portoviejo, su misión era unir a los habitantes de la Sierra al a Costa a través de un camino corto ya que todo se lo hacía a través del río, sin pensar que se crearía una confusión entre las provincias que lo rodean. Se crea la Manga del Cura mediante la Ley que constituye el Nuevo Municipio de la República del Ecuador, que lo conforman las parroquias Paraíso La 14 (cabecera cantonal) El Salto del Armadillo (Santa Rosa y San Ramón) Santa María, Santa Teresa y la Palizada.

2.2. Marco teórico referencial

Según el Ministerio de Turismo en el 2014, el Ecuador tuvo un crecimiento del 14% en el sector turístico, como tercera fuente de ingreso no petrolero del país; es indispensable ofrecer información y ofertas al entorno nacional e internacional del turismo interno.

En este mismo año, los empresarios privados invirtieron en el sector turístico USD\$211 millones, siendo Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay las de mayor inversión, estos lograron que los ingresos sean cada vez más altos. Ecuador posee un enorme potencial turístico y muchos lugares que aún no son explotados y son atractivos para invertir. (MINISTERIO DE TURISMO, 2015)

Si bien son ciertos, los recursos naturales generan una redistribución importante de actividades para los turistas y los habitantes de una zona, crean oportunidades y reconocimientos ante organizaciones internacionales acerca del avance que tiene el Ecuador para ser una potencia turística, en los procesos sociales, económicos y culturales dentro de la región.

Existe en la actualidad un plan para fomentar el desarrollo social, económico de manera sostenible en los gobiernos centrales; promover la cadena productiva y complementar los sectores como una herramienta rentable de empleo para mejorar la calidad de vida.

Garantizar el uso del patrimonio natural y cultural con infraestructuras adecuadas para el turismo y la integración de una población, incentivar en el país tanto a los turistas nacionales y extranjeros con sentido de responsabilidad no solo corporativo sino también social, cultural y ambiental.

Una forma de contribuir es con la integración de los beneficios que la comunidad local y de las empresas e instituciones generan empleo para reducir el desempleo, preservación del

patrimonio natural, cultural y de sostenibilidad, mejorar el desarrollo de elementos de los distintos destinos para fortalecer la promoción turística en el Ecuador de un mercado nacional e internacional.

En la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, carrera Hotelería y Turismo, en el año 2012 se presenta el tema: PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL BALNEARIO DE BANCHAL, Parroquia Cascol, Cantón Paján, Provincia de Manabí. (Robalino, 2012).

Para el desarrollo de la problemática de esta investigación se recurrió a una investigación exploratoria que en primera instancia tuvo como finalidad la recolección de información secundaria mediante estudios de mercados previos y datos obtenidos del Departamento de turismo de Paján y entrevista realizada a uno de los administradores del Complejo Termal de Paján y al Director de turismo de la Municipalidad del Cantón Paján, que permitieron definir el marco referencial.

El presente trabajo se desarrolla basada en la investigación exploratoria que permite conocer el mercado turístico que tiene el cantón Paján en uno de sus sitios de atracción turística, la aplicación de las entrevistas ayudó a tener mejor perspectiva sobre el tema en estudio. Las autoridades encargadas están impulsando el desarrollo del Complejo Termal de Paján con la finalidad de que la economía social y cultural tenga un desarrollo amplio donde los habitantes sean los partícipes del progreso de su cantón.

El autor describe en su contenido al sitio turístico como un lugar que tiene poca difusión por parte del ministerio de turismo, la cámara y las municipalidades de los sectores y entidades públicas. Indica además que existen muchos lugares que no han sido explorados y por lo tanto se desconoce y se pierde el interés para llegar a explotar y sea un potencial turístico. Al concluir el tema acota que el diseño del programa debe tener un determinado

plazo eficaz para utilizarlo, describe el orden en cada herramienta promocional ser introducida y la frecuencia de su uso durante la campaña.

Al realizar el tema de investigación objeto de estudio se pensó en la situación que actualmente viven los habitantes de un sector de una comunidad en la provincia de Manabí, posicionar al lugar a nivel regional, nacional e internacional, emplear estrategias de crecimiento y promoción donde se da a conocer los rinciones que posee para convertirse en una alternativa de atractivo natural, cultural por lo que su entorno manifiesta en la flora y fauna, montañas, ríos, cascada, que existen en la zona.

Las estrategias de desarrollo turístico ayuda en gran manera en los niveles de pobreza, preservar el ambiente, abre espacios de participación con organismos gubernamentales y privados, como son las escuelas, colegios, fundaciones, ministerios, como objetivo para alcanzar la realización de un plan de marketing para que se cree una cultura sustentable en el sistema social posible.

La contaminación que existe en la Cascada Salto del Armadillo es un problema latente que produce comportamientos del clima, dificultan el desarrollo dentro de un país. El suelo produce un compactamiento y disminución de la porosidad, la vegetación, en las caminatas, campamentos y los medios de transportes, los recursos hídricos con partículas orgánicas e inorgánicas, la fauna silvestre amenazada por la basura, la alteración del paisaje de manera irresponsable en los habitantes que no tienen un estudio sobre educación ambiental. La conservación de la naturaleza es una responsabilidad y obligación que se debe tener para asegurar la supervivencia de las generaciones futuras, por tal motivo se busca a través de proyectos y programas preservar la naturaleza, su biodiversidad que encierra la fauna y la flora.

Los recursos explorados y explotados por las diferentes empresas de turismo que se encargan de la promoción de sitios de distracción y destrezas que hace reconocer los paisajes del Ecuador para la conservación del ecosistema muy indispensable y de equilibrio en el impacto ambiental, plantear el cuidado y preservación de un espacio natural es ganar de manera sostenible el oxígeno que brinda la naturaleza. Aplicar una propuesta dada en los procesos medios ambientales favorece al desarrollo de promoción para la Cascada Salto del Armadillo.

En el año 2014 en la Universidad Estatal Península de Santa Elena Facultad de Ciencias Administrativas Escuela y Carrera de Hotelería y Turismo, se presentó el tema: “Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo comunitario en la Comuna Ayanque, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena” (Pozo, 2014).

Las estrategias que se emplearon fueron de un nivel descriptivo que busca especificar las propiedades importantes del grupo objeto de estudio. Se midieron las variables independientemente con el fin de comprobar la hipótesis planteada. El método utilizado fue el inductivo y deductivo para observar las causas y efectos del problema y llegar a una conclusión.

Las técnicas empleadas estuvieron dirigidas a los prestadores de servicios y a los turistas, evidenciándose la importancia de la planificación estratégica del turismo comunitario para Ayanque, mediante un proceso sistemático para gestionar la evolución de la actividad hacia el turismo sostenible y un futuro comunitario comprometido con los participantes de la empresa comunitaria y con la demanda al brindar un servicio de calidad. La planificación estratégica es posible mediante la autogestión como instrumento de desarrollo de carácter autónomo, integral en todos los niveles y global, se considera a todos los participantes.

El autor en su tema de investigación indica que para obtener un mejor resultado en la aplicación de un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario fue necesario implementar la autogestión para el trabajo en conjunto, es decir autoridades y comunidad para el beneficio económico del turismo sostenible. La importancia para ver los resultados es la labor que se consigue al momento de tener una misma visión y horizonte en dar un servicio de calidad y cantidad eficaz donde el turista se sienta en un ambiente agradable y seguro.

El aporte de este tema a observar dado en el enfoque de un estudio previo al desarrollo de la problemática que existe en la Cascada Salto del Armadillo, donde se evidencia que no existe un plan de marketing para la promoción turística, motor de desarrollo económico por el grado en las infraestructuras con características no favorables para la naturaleza del sector.

Actualmente se considera al turismo una fuente importante de desarrollo que impulsa y despliega el esfuerzo de acciones en la conciencia de los habitantes que no valoran este recurso como el intereses de la calidad de vida que ofrece grandes posibilidades de la industria en el mercado turístico con proyectos sostenibles.

Los habitantes que viven en la zona donde se encuentra la Cascada Salto del Armadillo (Manga del Cura), tienen la convicción que este sitio con el plan estratégico que la municipalidad de la provincia de Manabí, con una extensión de 488 km², la infraestructura que concierne dentro del estudio, mejorar la comunicación, las vías de acceso, la salud, capacitaciones a los habitantes sobre lo concerniente al trabajo turístico, la energía eléctrica, establecer la densidad y ubicación geográfica.

En la recopilación de información por parte de algunas personas de la comunidad sirve para determinar el tipo y calidad de datos en consideración a la problemática que viven actualmente con este sitio turístico que no tiene la correspondiente demanda de atención por parte de los organismos encargados para la comprobación real del espacio donde se encuentra.

Para confortar los servicios que debe tener un centro turístico se indica que el implementar la venta de artesanías, abrir restaurantes, colocar depósitos de basura, armar cabañas para que el turista cree su espacio natural, preservar el sitio con una reserva natural.

El proyecto del plan estratégico contempla la atención de redes viales con asfalto y señalética, apoyo al campesino de la zona en educación y tecnología, y programas ambientales. Desde el 2005 Mariano Zambrano comanda el Gobierno Provincial de Manabí, en ese tiempo se invirtieron algo más de \$ 32 millones de los cuales \$ 24 millones los destinaron a mejoramiento y apertura de caminos. (Diario PP El Verdadero, 2016).

En el año 2011 se presenta en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanística, Carrera de Ingeniera Comercial la tesis de grado con el tema Plan de marketing para promover los atractivos turísticos del cantón Mejía, provincia Pichincha para el periodo 2011-2013. (ALBUJA & CONSTANTE , 2013)

Este proyecto tiene como base el diseño de la ruta turística del chagra para el Cantón Mejía provincia de Pichincha, se enfoca al diseño y ejecución del plan de marketing en su esencia, centrado en la realización de las estrategias previamente planteadas. Con los mecanismos de evaluación y control, se cumple los objetivos y el análisis sistemático.

Este trabajo está basado en la investigación exploratoria porque se investiga el fenómeno, se aclara conceptos, establece preferencias para posteriores investigaciones. Es descriptiva porque describe las características que identifican los diferentes elementos y componen su interrelación. Delimita los hechos que conforman el problema de investigación.

En el año 2012 se presentó de la Universidad Tecnológica de Israel, el tema: PLAN DE MARKETING PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL TURISMO EN EL CANTON RUMIÑAHUI. (Ortiz, 2012)

El presente trabajo de investigación basado en el análisis económico, social y cultural de los habitantes del cantón Rumiñahui con la finalidad de conocer sus actividades de interdependencia en el entorno de los recursos naturales. Se aplicó las técnicas de investigación de campo, observación, entrevista, encuesta, y las técnicas de comunicación. Metodología analítica, descriptiva y cualitativo - cuantitativo. Se fundamenta sobre criterios de sostenibilidad.

La autora en el desarrollo de su tema de investigación basado en la observación y comunicación, obtiene un resultado de estudio para concretar que el optimizar el turismo en el cantón Rumiñahui es posible, dadas las actividades de interdependencia de los recursos que poseen los habitantes. La causa que genera que este sitio turístico no tenga la afluencia apropiada es la falta de difusión para hacer conocer el lugar y tener la facilidad de visitarlo. El plan de marketing que se propone ayudaría en su gran mayoría para que tengan un ingreso económico los habitantes e identifica los clientes potenciales.

En las investigaciones que se puede apreciar claramente por parte de los autores que el turismo en cualquier parte del país actualmente es de gran importancia para el desarrollo no solo a nivel nacional, sino provincial, cantonal y porque no decirlo rural. Esta actividad representa el crecimiento económico de nuestras riquezas naturales, la falta de conocimiento impulsa a buscar otras alternativas para ir a otro país, al ya tener la búsqueda puesta en marcha se puede indicar que Ecuador posee más que un paraíso propio, por su clima, por situación geográfica, por sus relieves y por su gente.

En la Cascada Salto del Armadillo se constata que las obras que se han propuesto para mejorar el sector tanto el ingreso hacia la cascada como en los contorno del sitio aún no se dan la atención, en este sitio es indispensable incluir actividades a nivel de establecimiento y de cantón o parroquia que genere una sustentabilidad autónoma.

Los autores manifiestan en su contexto que los turistas buscan satisfacer sus necesidades, sus aventuras, ven al turismo como la imagen que indentifica a un país, a los pueblos, comunidades, su cultura; se vuelve una herramienta de trabajo económico para el desarrollo y beneficio de los ciudadanos, a través del impulso sea este campañas publicitarias promocionarlo de las maneras más alternas, seguras y confiables. El Ecuador como tal tiene muchos encantos naturales sin ser explotados por la falta de promociones de manera local, es por eso que el Ministerio de Turismo esta promoviendo el desarrollo turístico de cada provincia como un agente principal de ingresos y transformación.

2.2.1. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva hace referencia a la capacidad de un destino turístico para utilizar estos recursos en forma eficiente a medio y largo plazo. Así, un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos y, sin embargo, no puede ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, pero que los emplee en forma más eficiente.

Por consiguiente, un destino turístico que convenza a sus habitantes de la posibilidad de explotar económicamente sus recursos, que entienda tanto sus fortalezas como sus debilidades, que desarrolle una política de marketing adecuada y la aplique correctamente llegara a ser más competitivo que otro destino que no se haya planteado el papel que el turismo juega en su desarrollo económico y social. (Gestiopolis)

Una ventaja competitiva aplicable al tema de investigación es aquella que se crea en base a servicios, necesidades, y requerimientos, esto de una u otra forma no se recibe por parte de las entidades encargadas de promocionar interna y externamente los recursos con que la competencia brinda para los usuarios que acuden a un destino de turismo.

2.2.1.1. Sistemas de información

Mecanismo permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y divulgación de la información precisa para los objetivos de planificación, acción y evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales del sector. (Manzanares, 2010).

En la Cascada Salto del Armadillo, no cuenta con la apropiada fuente de información para que el sitio sea una elección de turismo dentro y fuera del país, es insuficiente la publicidad en los caminos que conducen hacia el sitio, los medios de comunicación que deben promocionar los servicios, tienden a perder el ingreso de los turistas como un recurso económico para los habitantes de la comuna, al no contar con las estrategias de marketing adecuadas para el buen desarrollo.

Debe existir la canalización de capacitaciones, la iniciativa propia para promocionarse, la asistencia técnica y medio ambiental para que los recursos sean una fuente apropiada para entregar calidad y calidez, el no buscar una iniciativa propia para recomendar el lugar.

2.2.1.2. Posición competitiva

La posición competitiva es el éxito de una empresa se manifiesta en la obtención de una posición competitiva o una serie de posiciones competitivas que llevan a un desempeño financiero superior y sustentable. (<http://www.gestiopolis.com>)

La Cascada Salto del Armadillo cuenta con el recurso natural de flora y fauna, un sitio estratégico para explotar sus riquezas para el beneficio mutuo de quienes habitan el en sector, la posición competitiva es muy diferente la demanda en los segmentos con diferentes preferencias, y brinda ofertas de actividades adaptadas al medio. No rebasa en su mayor parte a este lugar, que lo define una cascada de 10 m de caída de agua, cuenta con una excelente característica que rodea toda el área.

La preparación de su gastronomía es tradicional, se utiliza el medio de cocina a leña que da un gusto o sabor diferente en cada plato típico del lugar, donde el turista queda satisfecho al momento de degustar un pescado asado, las típicas fritadas, y el sabroso caldo o seco de gallina.

2.2.2. Recursos

Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. (López, 2011)

Los recursos con los que cuenta la Cascada Salto del Armadillo es su propia naturaleza, los paisajes que lo envuelven, los caminos pedrosos que conducen a diferentes rincones del sitio turístico, la paz que ofrece el mismo ambiente, la gabarra que se la coge de Daule Peripa, una excursión de experiencias inigualables. La gastronomía típica de la provincia, el paseo por las rutas que conducen al río, las cabañas que albergan al turista para que tenga un espacio de reflexión.

2.2.2.1 Recursos Humanos

Los recursos humanos son uno de los elementos clave para el éxito de la empresa turística en el entorno competitivo actual, por lo que es imprescindible conocer la problemática que encierra la dirección y gestión del personal y saber aplicar algunas de las principales herramientas que son empleadas habitualmente por las empresas del sector para conseguir los mejores resultados posibles.

Los administradores de la Cascada Salto del Armadillo son personas muy amables, sociables, guías que los conducen a los sitios para el descanso de una rutina extenuante. Son gente humilde, orgullosos de contar con este encanto natural, su estilo de vida que los hace

diferente del resto de las provincias del Ecuador. Los turistas tienen gustos diferentes y sus preferencias tienden a cambiar según sus expectativas.

2.2.2.2. Productos

Conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. (Cardenas, 2011)

Los productos que se ofrecen en la Cascada Salto del Armadillo, son las alternativas de distracción y fuente de ingreso, tales como las caminatas en los senderos que llevan al pie de la cascada, deporte de aventura, paseo por la Represa a través de una agarraba que se aprecia la variedad de flora, lo que hacen de lugar ser diferente. Las actividades se desarrollan de manera diferente según las costumbre de cada zona, lo que ayuda al incremento de los turistas.

2.2.3 Cualidades

Rasgo, componente permanente, diferenciado, peculiar y distintivo de la naturaleza o la esencia de una persona o cosa que contribuye, junto con otros, a que alguien o algo sea lo que es y como es. (Fernández, 2013)

La cualidad más importante que tiene el sitio turístico es el tamaño de la caída del agua de 10 m., adornada por árboles y plantas en las orillas, con un ambiente placentero y natural para experimentar, en invierno el caudal del agua es muy torrencioso y su río crece. El agua tiene una temperatura de 22°. Sus aguas son limpias y fuente de minerales. La región posee una riqueza que hace posible que la estancia de los turistas sea agradable.

2.2.3.1. Calidad

La capacidad para satisfacer las expectativas y requisitos de los clientes durante la actividad de venta y la prestación de servicios, Un modelo y cultura de gestión empresarial. La calidad en el servicio turístico es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. (Kotler y Armstrong, 2013, pág 42)

Por su gente que es generosa, y la calidad que ofrece el sitio turístico que presenta en sus características un área de paz para reflexionar el día a día de la vida cotidiana, es un mundo noble que inspira el calor natural de la creación. El turista busca vivir experiencias satisfactorias y disfrutar la naturaleza con valores naturales en contacto con el medio ambiente para su cuidado y preservación.

2.2.3.2. Comparación

Expresión de las relaciones de semejanza existentes entre dos o más cosas. (Pelaez, 2011).

Comparar lo que la propia naturaleza en sus raíces otorga en la vida, es un sinónimo de gratitud, la belleza que forma el río para crear una caída de agua fría superficialmente y calidad en su entorno, al referirnos de otros sitios se debe realizar investigación para valorar el entorno.

2.3. Marco legal

El marco legal que sustenta el presente trabajo de investigación, se describe en anexos y está basado en lo siguiente:

Ley de Turismo Capítulo I, Art. 3 a) y d); Art. 4. a), b), c), d), e), f) y; g) Esta Ley establece que se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. (Ministerio de Turismo, 2014)

Código ético mundial para el turismo.- Art. 2 El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo. El código indica que la actividad en el que se maneja los recursos turísticos de una localidad de manera sustentable debe incluir a todos los habitantes para que conjuntamente realicen acciones en las que se observe la distribución equitativa de todos los recursos tanto naturales y culturales que posee dicha comunidad. (OMT)

Reglamento para el Registro de Centro turísticos comunitario.- Título Cuarto.- el fondo de promoción turística. Art. 76 De la promoción.- Comunicación e información.- CAPÍTULO V Del Patrimonio: Art. 15, 16, 17, 18.- CAPÍTULO I Normas Generales, numeral 1, 2, 4 y 5. Es el Reglamento para el Registro de Centros Turístico comunitario, define al turismo comunitario como acciones de emprendimiento, referentes a servicios turísticos, las mismas que deben desarrollar competencias en las actividades que ellas realicen. (Ministerio de turismo, 2010)

Constitución de la República del Ecuador.- TÍTULO II.- DERECHOS.- Capítulo primero.- Principios de aplicación de los derechos, Art. 10.- Capítulo Séptimo.- Derechos de la naturaleza, Art. 71-74.- constan establecidos en forma concreta, los derechos de la naturaleza, donde se expresa que: Nuestra Pachamama tiene derecho a que se respete integralmente toda su existencia, inclusive su restauración en caso de atentado a su existencia, aspecto este que es corroborado, especialmente por el numeral 6 del Art. 83, que expresa: “Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y en la Ley: (...), “Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano, y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible”. El Art. 396, 397 numerales 1-5 de nuestra Constitución nos expresa que en caso de daños ambientales, el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud, y la restauración de los ecosistemas (Asamblea Constituyente- Ecuador, 2011)

2.4. Marco conceptual

Marketing turístico

Se distingue del marketing de productos por la naturaleza de la demanda y por las características operativas de los suministradores de los servicios turísticos, debe basarse fundamentalmente en el análisis de la demanda, en la selección de los mercados objetivo y la definición del producto a ofrecer, sistemas de distribución y los medios de promoción a utilizar. (Kotler, 2011),

La aplicación de este proceso esta dado en el análisis de los objetivos y del sistema de distribución con los medios de promoción a utilizar, se obtendría mayor beneficio al momento de implementar el plan de marketing en la Cascada Salto del Armadillo como una propuesta de solución para el mejoramiento de la infraestructura y la calidad de vida.

Plan de Marketing.

Documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, el producto, los canales de distribución a utilizar para hacerlo llegar al consumidor, los precios los cuales se deben vender, y las características generales de las actividades de promoción y operación de venta, a desarrollar en mercado durante el proceso de comercialización. (Kotler y Armstrong, 2011)

En la Cascada Salto del Armadillo, los administradores buscan el desarrollo en general para que el territorio tenga la acogida necesaria por los turistas que desean conocer la historia o raíz de la comunidad. A través de las diferentes promociones como la difusión en los medios de comunicación, las redes sociales, publicidad, interacción de preferencias, costumbres, creencias, para que el visitante sea parte y se sienta un habitante más de la región, que incluya la capacitación al personal que son los guías turístico quienes lo representan.

Planificación turística

Conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes de desarrollo económico y social. (Jordi, 2012)

Para los administradores de la Cascada Salto del Armadillo la interrelación de planificación es fundamental para la sostenibilidad turística, que promueve los recursos territoriales y enriquecen al desarrollo socioeconómico en áreas desfavorecidas de impactos positivos que con llevan a una serie de efectos naturales, y cultural.

Promoción

Es el conjunto de acciones llevadas a cabo para dar información de un determinado producto e inducir a su compra. La promoción engloba las siguientes actividades: Publicidad, R.R.P.P., Ventas Personales, Marketing Directo, Promoción de Venta. (Pavón Ruano, 2012)

En la Cascada Salto del Armadillo, los encargados de la administración de la zona, promocionan los encantos naturales de la región, utilizando volantes, trípticos, afiches, medios de comunicación, páginas web, una campaña provincial con un enfoque nacional y elaborar una descripción para promover la Cascada Salto del Armadillo al dar a conocer a los turistas los encantos del lugar.

Sistema turístico

Se puede definir, dentro del marco de la Teoría General de los Sistemas (BERTALANFY, 68) como la articulación entre el aparato estatal como planificador, regulador y promotor del desarrollo socioeconómico y el sector privado para obtener el desenvolvimiento armónico del turismo . (Ramírez, 2010)

Las posibilidades que ofrecen los distintos mercados en el turismo concretan con planteamientos de promociones, en la Cascada Salto del Armadillo el sistema turístico que maneja no cubre las expectativas esperadas, como se ha mencionado anteriormente no se cuenta con una estructura de planificación con opciones propias de condición innovadora para mejorar los niveles de satisfacción del sector.

Turismo

El turismo favorece la inversión nacional y extranjera que a su vez repercute de manera positiva en la creación de fuentes de empleo y captación de divisas para el país. (Alcudia Maldonado, 2012).

El turismo en la Cascada Salto del Armadillo genera de manera directa e indirecta un incremento en las actividades económicas, la cultura y la solidaridad, la consideración al visitar el sitio, resulta un óptimo medio ambiente para generar un destino turístico.

Ventaja Competitiva

Se basa en algo único o diferente que posee la empresa y que no tiene la competencia, es decir que se basa en una capacidad o competencia distinta. (Rocha Casanueva, 2012).

La naturaleza describe un espacio donde los habitantes de toda clase social, pueden descansar, recrearse, conocer y socializar con otras personas. Si el lugar turístico contara con un plan de marketing adecuado, la competencia sería masiva por los atractivos, su arte, gastronomía, su cultura, su historia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Métodos de la investigación

En el presente trabajo se considera el estudio de los enfoques cualitativos y cuantitativos para el desarrollo de investigación con la finalidad de fomentar un plan de marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes de la Manga del Cura sector La Paraíso 14.

▪Enfoque cualitativo y cuantitativo

El enfoque cualitativo que se manifiesta en la investigación está dado su hidrografía y por los habitantes. El sector primario lo representa la agricultura que constituye el motor que dinamiza la actividad productiva del sector. El sector secundario y terciario son las actividades que complementa la económica local, como es el turismo, el valor único que tiene este lugar lo hacen ser especial. Para el enfoque cuantitativo representado por los habitantes que tienen la actividad agropecuaria como fuente económica, el análisis aplicable a la muestra se obtendrá por el estudio de campo a través de la encuesta a realizar en el cantón La Manga del Cura.

▪Método deductivo

Se aplicara el método deductivo, para efectuar el análisis de afluencia de turistas para establecer competitividad en el área del turismo comunitario en el cantón El Carmen - Manabí. Existe una dificultad de recursos económicos por parte del Gobierno Central y las

acciones de los administradores seccionales por la carencia de planes y proyectos que gestionen un financiamiento para emprender grandes obras que trasciendan la cotidianidad de las comunidades.

El desarrollo del turismo es fundamental para la reducción del impacto ambiental, el formar alianzas con el turismo comunitario a través de una planificación estratégica que afirme una gestión exitosa, una vez que se identifique la situación general sobre la particular.

▪ **Método Analítico**

La aplicación de este método en el trabajo de investigación está dada en los diferentes análisis de criterio para construir una nueva integración en el territorio para la gestión de proyectos y financiar las obras para mejorar la calidad de vida de los pobladores del cantón el Carmen, mediante la planificación y el desarrollo de sensibilizar las riquezas naturales que posee, observando la naturaleza propia del hábitat como objeto de estudio.

• **Método empírico-analítico**

Este método de estudio nos ayuda a establecer que Manabí es una de las provincias del Ecuador localizada en el centro noreste del país, contiene bellos paisajes tropicales en la costa de Pacífico, se convierte en un lugar de atractivos para el turismo. La Cascada Salto del Armadillo, localizada en la Manga del Cura que comienza desde el río que lo rodea y se extiende hasta la confluencia del Río Peripa con el Río de Oro donde se encuentra la represa Daule Peripa, región delimitada por las montañas de Santo Domingo y de Chone, la extensión del sector donde está ubicada la Cascada Salto del Armadillo varía según el curso de los dos ríos que constituyen el límite natural de la región.

Las faltas de prestadores de servicio turístico, de la infraestructura vial y pública, la ausencia de servicios de calidad son las causas particulares que se observaron en la visita del sitio donde se realiza la investigación sobre la Cascada Salto del Armadillo.

▪ **Método comparativo**

Con este método se describe y analiza los hechos que se presentan en La Cascada Salto del Armadillo, La Manga del Cura; tiene como principal fuente de ingreso la actividad agropecuaria, lo que permite establecer flujos de comercialización con Santo Domingo de los Colorados, Buena Fe, Quevedo y otros alrededores. Su particularidad como punto estratégico es la aplicación de un plan estratégico existente para mejorar los ingresos económicos de los pequeños empresarios que tienen como meta alcanzar objetivos y metas propuestas en un proyecto productivo donde se describe las actividades y procedimiento de los componentes a través de las demandas que se pueden notar que existe insatisfecha en lo se refiere al turismo comunitario.

3.2. Población y muestra

La población con la que cuenta la Cascada Salto del Armadillo-Manga del Cura, está representada por los habitantes y los turistas que visitan el sitio turístico, esto representa un porcentaje de personas a encuestar, relativo de acuerdo a la demanda de temporada alta en los meses de enero - marzo y de mayo – agosto. La muestra está dada por la condición de demanda en la industria turística, que forma a los turistas nacionales y extranjeros que se movilizan hacia los atractivos turísticos que poseen un determinado territorio o región.

La datos de la población a considerar para realizar el muestreo fueron obtenidos del Plan de Desarrollo Estratégico que tiene el Consejo Provincial de Manabí – La Manga del Cura;

página 15, año 2013. Es importante el análisis de quienes visitan un destino por el grado de exigencia y sofisticación, para identificar los efectos por su característica se toma como referencia la encuesta a realizar del 25% que corresponde al sector La Paraíso 14 - La Cascada Salto del Armadillo lo que representa 384 personas.

Para la realización del cálculo del tamaño de la muestra se procede aplicar la siguiente formula, desconociendo la población que se va a encuestar:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde;

Z_a = Nivel de confianza al 95% (1.962)

p = Probabilidad de éxito o proporción esperada (0.50)

q = Probabilidad de fracaso (0.50)

d = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (0.05)

n = Tamaño de la muestra desconociendo la población ?

Es decir:

$$n = \frac{(1,962) (1,962) * 0,5 * 0,5}{(0,05) (0,05)}$$

$$n = \frac{3,849444 * 0,5*0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{0.962361}{0.0025}$$

$$n = 384$$

CUADRO 1

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.	
en donde;	
Zα = nivel de confianza al 95% es:	1,962
p = probabilidad de éxito, o proporción esperada	0,5
q = probabilidad de fracaso	0,5
d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	0,05
	0.962361
	0.0025
n = tamaño de la muestra desconociendo la población =	384
Conclusión: Se requiere encuestar a no más de 384 personas para poder tener una seguridad del 95%	

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

3.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica de campo que se va a implementar durante el desarrollo de este capítulo, permite conocer y mejorar la situación de la problemática a estudiar a través de las encuestas que recopilan información mediante la conversación directa con las personas que de una u otra manera hacen turismo.

Se realizará un total de 384 encuestas en el sector de la Cascada Salto del Armadillo. El instrumento que se utilizará es una encuesta de 7 preguntas dirigidas para conocer las características socio económicas, intereses y requerimiento que tiene el turismo, la imagen y la marca con la que se representan La Cascada Salto del Armadillo.

Para efectuar las encuestas se trasladó al sitio de investigación, provincia de Manabí, cantón El Carmen – La Manga del Cura; y conocer la opinión de los turistas, visitantes y los lugareños Manabitas. La recolección y tabulación de los resultados fueron elaborados utilizando el programa de Microsoft Office –Excel, donde se realizó la sistematización, gráficos y análisis de cada pregunta hecha a los encuestados.

La encuesta es el instrumento de recolección de datos que permitirá conocer el valor turístico que los ecuatorianos y manabitas le dan a su área natural, las necesidades que se tienen en el lugar para llegar al mismo y el desarrollo de la oferta turística, los motivos por el cual un visitante llega, con qué frecuencia se da su distracción solo o en familia. Las preguntas fueron estructuradas dirigidas a la comunidad y a los viajeros en general.

La observación fue muy importante para llevar a cabo la actividad en la Cascada Salto del Armadillo, dio paso a entablar una conversación con el Sr. Francisco Rovayo Murillo – Pro-Secretario de la Municipalidad del cantón La Manga del Cura, el Sr. Jorge Eduardo Molina Quiroz, líder comunitario, personas que administran el sitio turístico; quienes proporcionaron datos, información actual e histórica de los requerimientos y acciones para generar y fomentar otra fuente de ingreso en la zona, lo que crearía empleo y trabajo, una gran oportunidad para el desarrollo turístico.

Actualmente existe una plan de desarrollo estratégico que indica las actividades que cumple el Alcalde, se concibe adecuar la vía de acceso, gestionar recursos económicos y sociales donde se manifiesta a la agricultura como principal motor económico y la idea de implementar un plan estratégico turístico que mantenga el respeto por la biodiversidad biológica y cultural y el derecho de la naturaleza.

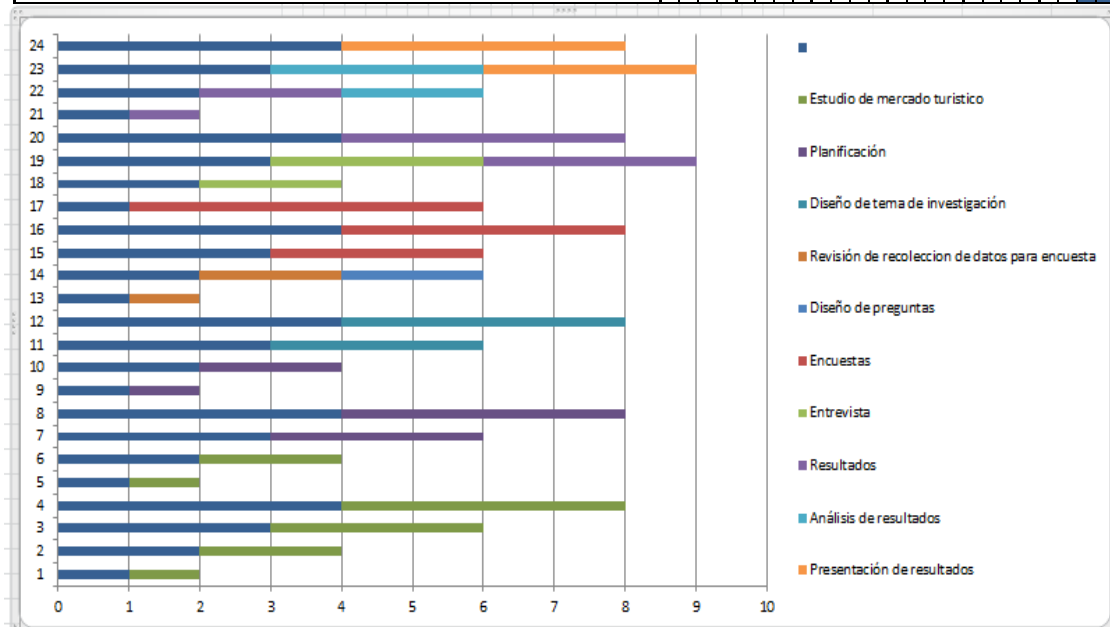
La actividad que dinamiza a un pueblo, región o estado se llama turismo, que genera grandes beneficios en la localidad con un desarrollo sostenible y responsable; por lo tanto este trabajo de investigación da como alternativa establecer un plan de marketing para que la Cascada Salto del Armadillo sea un fenómeno que propende el desplazamiento de miles de personas en todo los ámbitos sociales, tanto nacionales y extranjeros.

3.4. Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos

Las fuentes de información que complementarán el desarrollo de la investigación serán proporcionadas por la Municipalidad del Cantón El Carmen-Manga del Cura, entregando afiches, trípticos que se adjuntarán como anexos para su mejor comprensión al desarrollo de este trabajo de investigación que resulta ser un proceso prominente de aprendizaje.

CUADRO 2 Cronograma

Actividades	Nov.			Dic.			Enero			Febrero			Marzo			Abril				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio de mercado turístico	■	■	■	■																
Planificación					■	■	■	■												
Diseño de tema de investigación									■	■	■									
Revisión de recolección de datos para encuesta											■	■								
Diseño de preguntas											■	■								
Encuestas												■	■	■						
Entrevista														■	■					
Resultados															■	■	■	■		
Análisis de resultados																			■	■
Presentación de resultados																				■



Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

CUADRO 3
Presupuesto para la recolección de datos

DESCRIPCIÓN	COSTO EXPRESADO EN DÓLARES		
	UNIDAD	COSTO UNIDAD	TOTAL
Digitación de formato para encuestas	1	2	2,00
Impresión de documento/formato de encuesta	2	0,1	0,20
Copias de encuestas	384	0,015	5,76
Tintas para impresora laser	1	95	95,00
Papel A4	2	5,5	11,00
Movilización	6	6,5	39,00
Pluma	12	0,5	6,00
Carpeta archivador	1	6,5	6,50
Calculadora	1	25	25,00
Imprevistos	1	15	15,00
TOTAL			205,46

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

3.5. Tratamiento a la información - procesamiento y análisis

El turismo se encamina a dar impulso al desarrollo en las comunidades, dicha situación se percibe en los sectores turísticos sostenibles como es el caso de la Cascada Salto del Armadillo ubicada en el cantón La Manga del Cura. En el presente trabajo de investigación se evidencia la falta de actividades que encaminen a prestar atención al requerimiento de los habitantes ante este atractivo natural, en su entorno de fauna y flora donde se aprecia la cultura nacional y extranjera que determinan las relaciones entre los visitantes que tienen tendencia de trasladarse a sitios para disfrutar del medio ambiente que tiene este sitio turístico.

Este proyecto será para acoplar al Plan de Desarrollo Estratégico que existe en la Municipalidad del cantón El Carmen y dar un reconocimiento a las Cascadas Salto del Armadillo por su dimensión y belleza, crear conciencia en las personas que viven en los alrededores a patrocinar y evitar el deterioro como una opción alternativa adecuada de marketing turístico a través de campañas promocionales con impresos, medios tecnológicos y de información con una imagen definida, única y representativa de identidad propia para mantener la relación de lo posee y sea un destino de elección tanto personal como familiar.

Las políticas que cada gobierno maneja establecen clases que intentan aportar metas, planes que precisa el ecosistema interdependiente que comparte un mismo hábitat con enfoque ecológico para la preservación y ofrecer una acogida a los viajeros. Los enfoques cualitativos y cuantitativos comprueban las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos que permiten conocer las características demográficas, hidrográficas, históricas y empíricas.

Los turistas son un mercado de aspectos mejor valorados con la posibilidad de relacionarse con la población local y a su vez compartir sus formas y estilos de vidas. Identificar a través de los resultados la conducta y actitudes que se encuentran en los comportamientos sociales, las preferencias de consumo, el liderazgo, las motivaciones, la actitud. El proceso de un estudio descriptivo es a través del muestreo, donde se demuestra que el turismo no tiene mayor cobertura a nivel nacional, y detalla los aspectos que son fundamentales para determinar la escasa difusión o el poco interés que tienen los habitantes del cantón La Manga del Cura.

La posibilidad de un desarrollo directo o las soluciones al estudio de la investigación a través del trabajo de campo y la observación donde se palpa la situación al conocer la travesía que se presentó en dos ocasiones para llegar al sitio, y aplicar la encuesta. Los diferentes métodos permiten encontrar los juicios y explicaciones ante un hecho o suceso que acontece en algunos rincones de nuestro país.

A continuación tabulación, sistematización y gráficos de las preguntas para realizar las encuestas a los turistas en general en el sitio La Manga del Cura, Sector La Paraíso 14- La Cascada Salto del Armadillo.

3.6. Presentación de resultados

Resultados de Encuestas

Preguntas realizadas a turistas que visitan La Cascada Salto del Armadillo

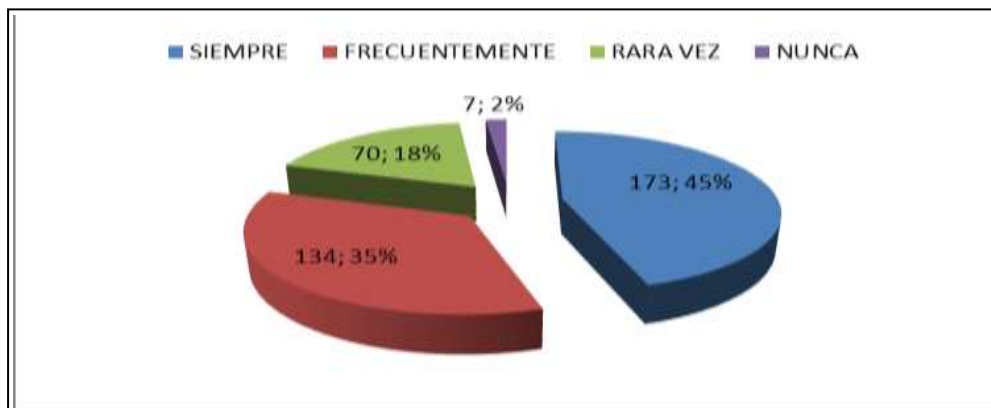
Tabla 3 Pregunta 1. ¿Con que frecuencia visita usted los sitios turísticos que posee el Ecuador?

1. Con que frecuencia visita usted los sitios turísticos que posee el Ecuador?	Alternativa	Frecuencia	%
	SIEMPRE	173	0,45
	FRECUENTEMENTE	134	0,35
	RARA VEZ	70	0,18
	NUNCA	7	0,03
	TOTAL	384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 1 Pregunta 1.¿Con que frecuencia visita usted los sitios turísticos que posee el Ecuador?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis: Esta pregunta nos muestra una relación de visita a los sitios turísticos que posee en Ecuador, la alternativa Siempre tiene un 45%; Frecuentemente con un 35%; Rara vez con 18%; Nunca, un 2%; cabe indicar que nuestro país tiene grandes sitios turísticos representativos en cada cantón.

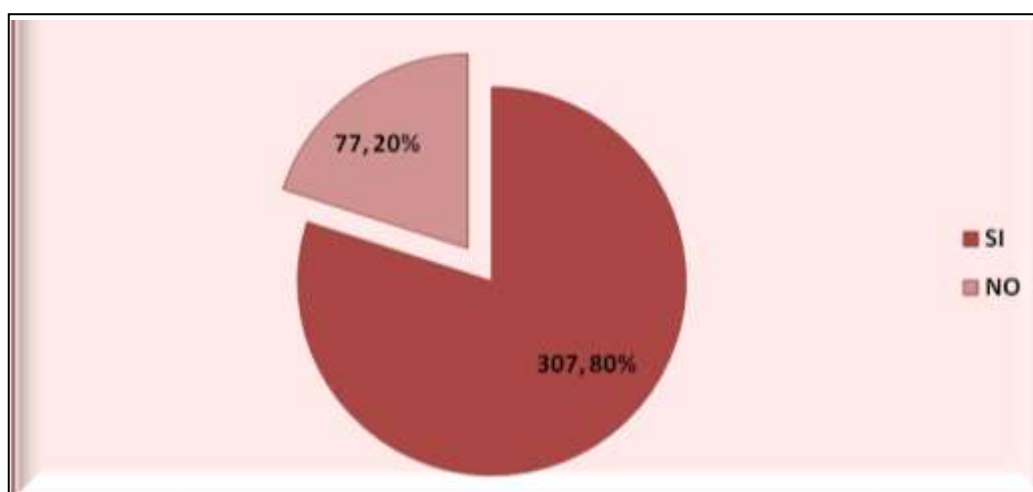
Tabla 4 Pregunta 2 ¿Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas naturales que se pueden visitar?

	Alternativa	Frecuencia	%
2. ¿Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas naturales que se pueden visitar?	SI	307	0,80
	NO	77	0,20
	TOTAL	384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 2 Pregunta 2 ¿Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas naturales que se pueden visitar?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis: Las personas encuestadas del Sector La Manga del cura, al afirmar que si conocen las riquezas naturales, esta respuesta da como positiva del conocimiento que tienen sobre lo que poseen en su fauna y flora, esto representa un 80%; la alternativa negativa dio como resultado un 20% sobre un total de 384 encuestados.

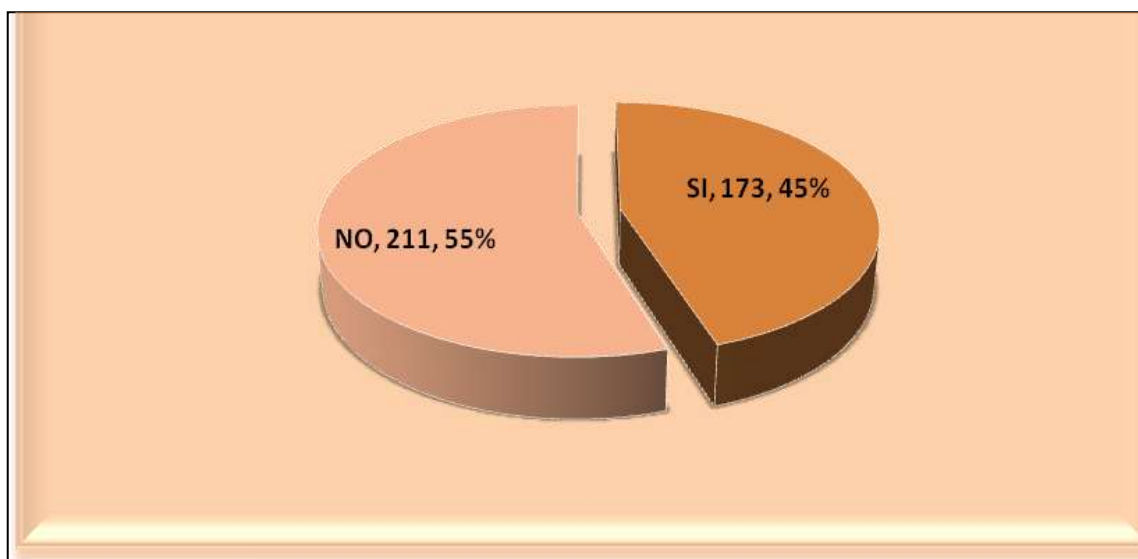
Tabla 5 Pregunta 3. ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee el Cantón La Manga del Cura?

3. ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee La Manga del Cura?	Alternativa	Frecuencia	%
	SI	173	0,45
	NO	211	0,55
	TOTAL	384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 3 Pregunta 3. ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee el Cantón La Manga del Cura?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

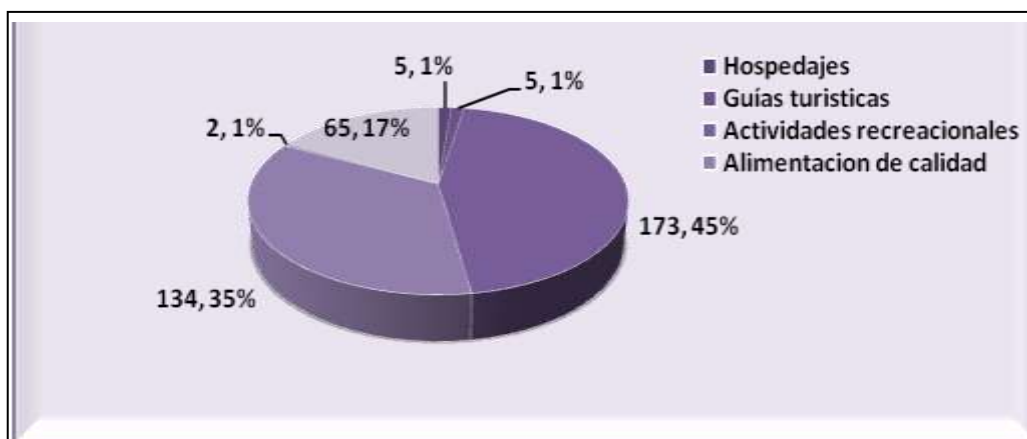
Análisis: En esta pregunta el porcentaje que dio como resultado en la alternativa No, se puede constatar que la gran mayoría desconoce del atractivo turístico que tienen La Manga del Cura, esto representa un 55%, mientras que la otra alternativa SI, marca un 45 %.

Tabla 6 Pregunta 4. ¿Qué cualidades considera usted que califican a la Manga del Cura?

	Alternativa	Frecuencia	%
4. ¿Qué cualidades considera usted que califican a la Manga del Cura?	Hospedajes	5	0,01
	Guías turísticas	5	0,01
	Actividades recreacionales	173	0,45
	Alimentación de calidad	134	0,35
	Baños públicos	2	0,01
	Atención de calidad	65	0,17
	TOTAL		384

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo
Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 4 Pregunta 4. ¿Qué cualidades considera usted que califican a la Manga del Cura?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo
Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis: Ante esta pregunta sobre las cualidades en consideración para calificar a La Manga del Cura se puede observar que en hospedajes representa un porcentaje de atención del 1%, en igual caso está el servicio de guías turísticas; en cuanto a las actividades recreacionales se denota un 45% y en similar se presenta la alimentación de calidad con un 35%; los baños públicos también presentan una atención por el marcado porcentaje que representa 1%; la atención de calidad representa un 17%.

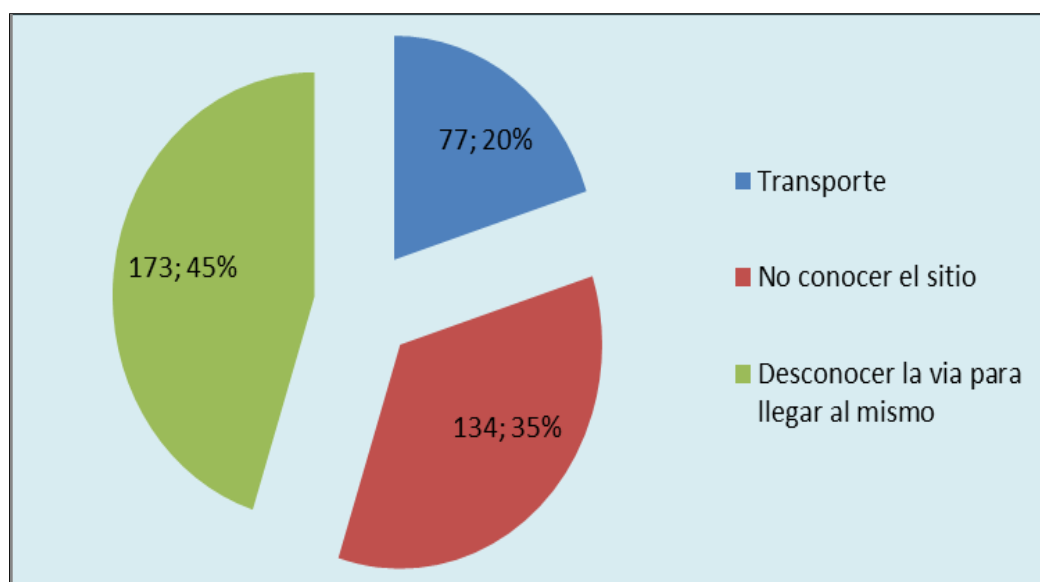
Tabla 7 Pregunta 5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la Cascada Salto del Armadillo?

5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la Cascada Salto del Armadillo?	Alternativa	Frecuencia	%
	Transporte	77	0,20
	No conocer el sitio	134	0,35
	Desconocer la vía para llegar al mismo	173	0,45
	TOTAL	384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 5 Pregunta 5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la Cascada Salto del Armadillo?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis: Los principales obstáculos que se plantean para llegar al sitio Cascada Salto del Armadillo son el transporte con un 20%, no conocen el sitio un 35%, no saben cómo llegar al mismo un 45%, se estima en esta pregunta que es urgente atender los requerimientos de este sitio turístico.

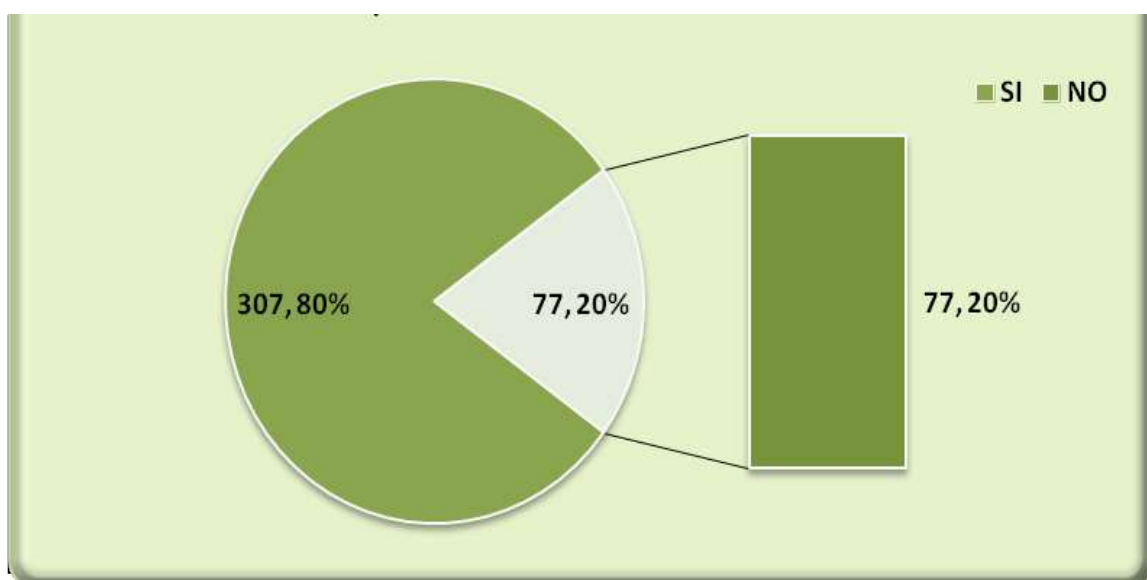
Tabla 8 Pregunta 6. ¿Considera usted interesante visitar y conocer los encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?

6. ¿Considera usted interesante visitar y conocer los encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?	Alternativa	Frecuencia	%
	SI	307	0,80
	NO	77	0,20
TOTAL		384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 6 Pregunta 6. ¿Considera usted interesante visitar y conocer los encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

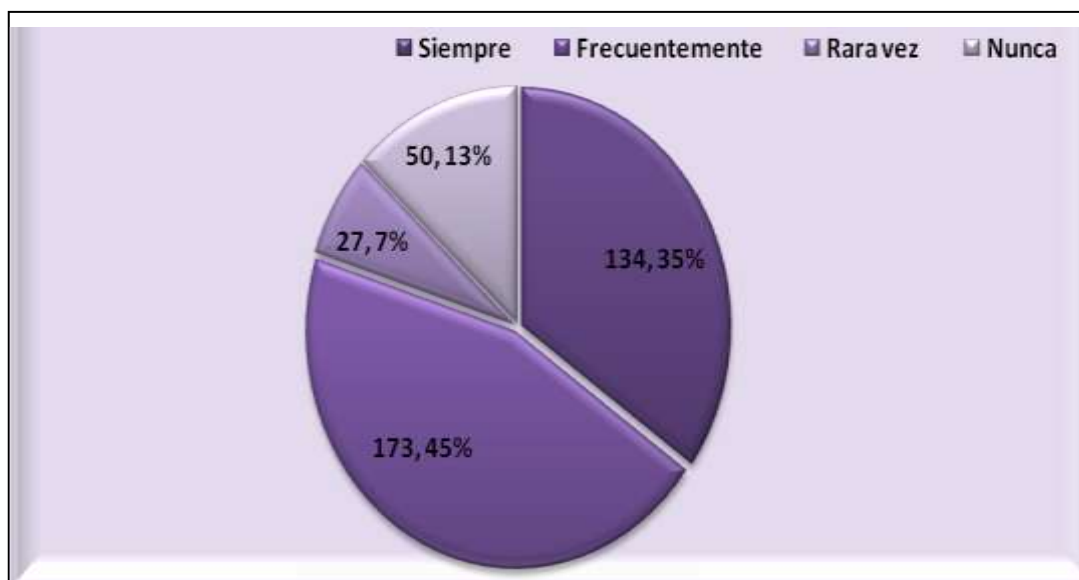
Análisis: La pregunta sobre si considera el visitar la Cascada Salto del Armadillo es interesante conocer los encantos que lo rodean, las alternativas Si marca una gran afirmación con un 80%; mientras que el NO indica un 20%. Como se puede constatar en el desarrollo del tema de investigación la falta de promoción hace que incurra proceder con esta acción.

Tabla 9 Pregunta 7. ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?

7. ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?	Alternativa	Frecuencia	%
	Siempre	134	0,35
	Frecuentemente	173	0,45
	Rara vez	27	0,07
	Nunca	50	0,13
TOTAL		384	100%

Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo
Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

GRÁFICO 7 Pregunta 7. ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?



Fuente: Cantón La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo
Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis: Al plantear esta pregunta se presenta la temática de la aplicación de un turismo comunitario en el que se puede indicar que la alternativa de frecuentemente marca un 45% sobre el interés que tienen la comunidad en el desarrollo y progreso de su cantón; Siempre denota un 35%; rara vez con un 7%; Nunca con un 13%.

Principales hallazgos

La provincia de Manabí cuenta con un positivo desarrollo sustentable, donde la comunidad y la conservación de lo natural y cultural de su gente es una herramienta importante para la aplicación de un plan de marketing, que sería una guía para difundir los atractivos y optar por nuevos mercados, el descubrir nuevos paisajes con actividades familiares tanto para los turistas nacionales y extranjeros, convirtiendo el área en un turismo local con los propios pueblos. En cuanto a la infraestructura y las promociones de los servicios que se ofrecen deben contar con más organización indispensable para el trabajo y a su vez fortalecer con capacitaciones y talleres a los guías comunitarios nativos del Cantón.

Los estudios para recopilar la información del tema a investigar y promover el atractivo turístico se realizaron a través de los resultados de las encuestas realizadas en la Cascada Salto del Armadillo, La Manga del Cura-La Paraíso 14, que representa una potencial fuente de ingreso económico.

Así también como las diferentes metodologías, técnicas e instrumentos aplicados, hicieron posible encontrar una solución a la problemática que se presenta en un recurso natural, por la falta de gestionar proyecto/programas, acorde a las actividades que la empresa de turismo, que dada su magnitud no se considera como es debido sin olvidar que se debe conservar el espacio de la biodiversidad.

Los beneficios al acoplar el plan de marketing con el plan de desarrollo estratégico de La Manga del Cura es alcanzar y aumentar el número de visitantes, será un logro a mediano o corto plazo según el apoyo recibido por parte de las autoridades.

Propuestas

El presente tema de investigación de acuerdo a la problemática que se presenta en la Cascada Salto del Armadillo da a determinar temas alternativos de propuestas dadas tales como:

- Fortalecer el plan de marketing para promover La Cascada Salto Del Armadillo como fuente de ingreso de los habitantes del Cantón La Manga Del Cura, Sector Paraíso 14.

- Plan de marketing para promover la Cascada Salto del Armadillo a través de estrategias con modelos de turismo actual para en el sector la manga del cura.

- Implementar en el Plan de Desarrollo Estratégico para la Manga del Cura el Plan de Marketing que desarrolla un mercado turístico para promover la Cascada Salto del Armadillo.

Conclusiones

- Desarrollar las actividades en un plan de marketing para que se acople o añada como una opción en el plan de desarrollo estratégico para la Manga del Cura, sector La Paraíso 14.
- Trabajar con las empresas públicas y privadas para generar un bien social integral y coherente para el desarrollo turístico y de la comunidad.
- El estudio de los atractivos turísticos que posee la provincia de Manabí en el cantón La Manga del Cura.
- El no promocionar las riquezas naturales afecta al ingreso económico y al desconocer la historia de los pueblos que buscan un progreso.
- Si bien es cierto existe por parte de los habitantes y ciertos turistas el descuido al medio ambiente y el deterioro de las áreas naturales tanto en su fauna y flora, los ríos de las zonas urbanas y rurales se convierten en contaminantes y poco confiables para la biodiversidad.

Recomendaciones

- Incrementar el interés por el turismo comunitario sería el resultante para que en La Manga del Cura se comience a disfrutar de los encantos que tienen.
- Es de vital importancia el apoyo que se pueda tener por parte de la Municipalidad del Cantón El Carmen y de la Dirección de Turismo que son ejes principales para el impulso y desarrollo de una actividad turística.
- Un plan de marketing para el área turística establece medidas (cuidado y preservación del medio ambiente) necesarias para el turismo, el turista, el viajero, visitante y para los habitantes de una comuna.
- Dar las correctas acciones competitivas dentro de un mercado turístico, como la contratación de promotores que apliquen los planes operativos hasta alcanzar los objetivos planteados.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. IMPLEMENTAR UN PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAISO 14.

4.2. Justificación de la propuesta

El tema de la propuesta, basado en el resultado que se obtuvo de la encuesta realizada a los turistas y comunidad de La Manga del Cura para conocer la situación que se tiene en la Cascada Salto del Armadillo sobre la falta de implementación de un plan de marketing para el turismo de la zona donde se propone la aprobación de operación turística y establecer sistemas de organismos para el funcionamiento adecuado de los proyectos o programas que representen la ejecución de obras para proteger y concebir potenciales incentivos de producción.

El apoyo por parte de la Municipalidad del Cantón el Carmen es muy importante por la facilidad de información que proveen para realizar el desarrollo de este tema, el asesoramiento para acoplar o fortalecer un plan de marketing en el ya existente Plan de Desarrollo Estratégico en el que su contenido solo se dirige para el área de la agricultura, vialidad, educación, salud, por lo que se hace imprescindible que el área natural y el turista en esta región del país tenga gran importancia y se convierta en uno de los sitios de mayor visita por parte de los viajeros nacionales y extranjeros.

La estrecha relación que se tiene con la naturaleza y las necesidades humanas se convierten en un factor de conservación a considerarse como un elemento de diversas oportunidades no solo en la salud y educación sino en el medio ambiente a través del turismo y la preservación de los recursos naturales.

El manejo sustentable de este beneficio provoca impactos de compromisos responsables que con frecuencia sirven para prever los resultados con la biodiversidad ante una sociedad en desarrollo y la falta de concientización que impulsa la participación de organismos descentralizados de gestión ambiental donde sería significativo la colaboración ciudadana.

Los procedimientos acreditan proponer actividades que crean impacto en un proyecto sea este cultural o de supervivencia. El poner el marcha para determina la inversión que constituye llevar a cabo este plan de marketing propuesto donde se contempla al turismo como principal componente y segundo motor de productividad en la provincia de Manabí. Los productos turísticos cumplen ciertos requisitos como es la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental, la creación de fuentes de empleos, con el objetivo primordial de integrar la satisfacción del turista o visitante a la zona y la acogida de su población.

Ofrecer una atención especializada de seguridad y comodidad para lograr que La Cascada Salto del Armadillo que se encuentra dentro del cantón La Manga del Cura sea un destino de integración de pobladores, prestadores de servicios y autoridades en general, precautelando la unión y seguridad de los recursos para que permanezca en el tiempo a través de las generaciones y el disfrute de las maravillas de este lugar.

4.3. Objetivos generales de la propuesta

Fortalecer el plan de desarrollo estratégico de La Manga Del Cura a través de un plan de marketing para promocionar La Cascada Salto Del Armadillo, llegar a la sostenibilidad ambiental y económica para la protección de la naturaleza y de la comunidad.

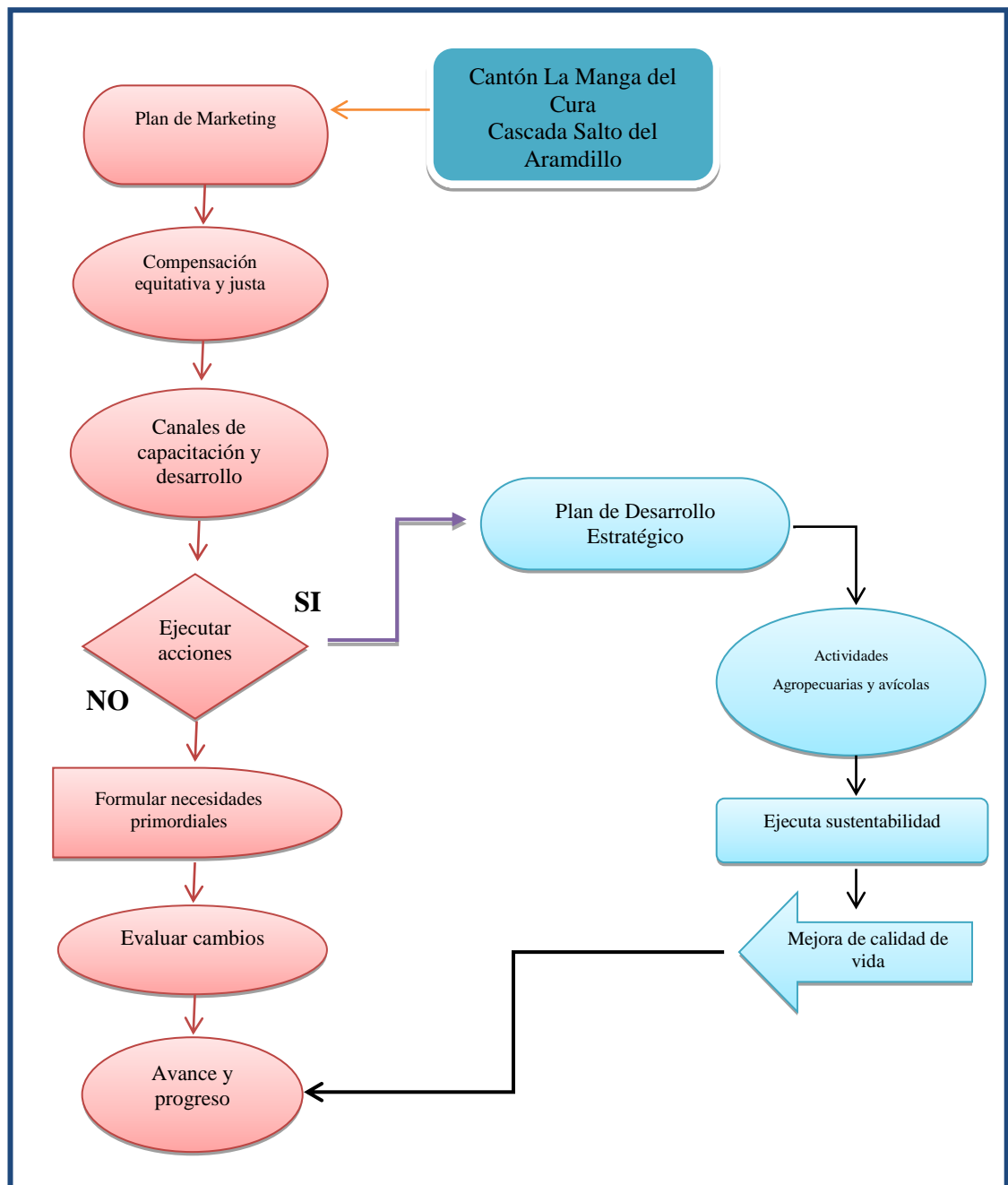
4.4. Objetivos específicos de la propuesta

- Promocionar actividades turísticas con precisión, facilidad y seguridad como son: deporte al aire libre, canyoning, bañarse al pie de la Cascada Salto del Armadillo que permitirá el desarrollo de este sector.
- Difundir información sobre la Cascada Salto del Armadillo en vallas publicitarias, cuñas radiales, creación de página web y spot publicitario, como uno de los lugares turísticos más visitados
- Capacitar a los habitantes como colaboradores del sector La Manga del Cura a través de talleres.
- Promover un programa de ordenamiento, satisfacción y crecimiento turístico en la Cascada Salto del Armadillo, para la actividad de este sector.

4.5. Listado de contenidos y flujo de la propuesta

- Diagnóstico del turismo: Compensación equitativa y justa.
- Creación de canales de capacitación y desarrollo: Planeación de las necesidades de capacitación de recursos humanos.
- Eliminar requisitos de servicios y demandas no indispensables: Formular necesidades primordiales
- Propiciar condiciones que mejoren el entorno laboral: Evaluar la manera en que los cambios en el entorno afecten el desempeño de la comunidad

Flujo de la propuesta



Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

- **Diagnóstico del turismo: Compensación equitativa y justa en La Manga del Cura.-**

La puesta en marcha de un plan de marketing para Fortalecer el plan de desarrollo estratégico que tiene el Consejo Cantonal de La Manga del Cura, generaliza la aplicación de esta propuesta para determinar la situación actual en La Cascada Salto del Armadillo

como una fuente de ingreso económico, así como la creación de canales de capacitación y desarrollo: Planeación de las necesidades de capacitación de recursos humanos.

Análisis del Apoyo por parte del gobierno

En la actualidad el gobierno central, cantonal y local no interactúa por atender esta fuente de riqueza natural, por lo que no existen empresas de apoyo, ni rubro financiero para generar obras de mantenimiento e infraestructura. Aunque existe demanda por los habitantes y turista que llegan al sitio turístico La Cascada Salto del Armadillo. Se plantea aplicar el turismo comunitario para el progreso del cantón La Manga del Cura.

Valores

Existe una gran importancia por parte de la comunidad, no solo del cantón sino de la provincia de Manabí. Los elementos que motivan y definen el carácter fundamental para que se dé realce al turismo en las diferentes zonas de biodiversidad donde la flora y la fauna identifican un ambiente primordial.

La calidad humana, la integridad por ofrecer los múltiples servicios al turista, el respeto al medio ambiente, la excelencia social, la imagen que proyecta al viajero de los recursos que posee. La identificación de sus rasgos que transmite con sus atenciones.

• Eliminar requisitos de servicios y demandas no indispensables: Formular necesidades primordiales

Publicidad y relaciones públicas.- Las herramientas fundamentales que construyen y fomentan un lugar es lo que promueve a ejecutar proyectos sostenibles, programas educativos, planes estratégicos; que si bien es claro obtener las acciones para que una comunidad alcance objetivos en la administración, liderazgo y promoción, donde la publicidad es un medio de

comunicación que tiene una meta prioritaria para dar a conocer los servicios que una empresa ofrece, en este caso el sitio turístico La Cascada Salto del Armadillo. La consolidación de esta zona manabita mediante los procesos de difundir a nivel nacional la identidad geográfica donde está localizada para que de esta forma se pueda repicar fuera del país.

El turismo como tal permanece vivo y activo cuando los habitantes y el gobierno estimulan, recuerdan, comunican, y vigilan el avance y progreso de un determinado lugar. La estética transmite todo lo tangible, lo que se percibe en el medio ambiente y que representa lo que se vende y se adquiere a través de un bien natural que resulta de componentes físicos y conceptuales. Esto articula, engloba y supera al turismo como una acción que contribuye a la conformación de aspectos internos y externos dados en la presente investigación.

- **Propiciar condiciones que mejoren el entorno laboral: Evaluar la manera en que los cambios en el entorno afecten el desempeño de la comunidad**

Responsabilidad social

Los colaboradores o trabajadores que conforman un grupo orientados al entorno social donde la familia, comunidad y el ecosistema son de responsabilidad social para el gobierno por sus recursos naturales, sociales y humanos que representan como beneficiarios económicos y financieros reconocidos por sus actividades diarias que producen ganancias a corto y mediano plazo que enfoca realizar acciones para mejorar el turismo en La Manga del Cura con su atractivo La Cascada Salto del Armadillo. Cuando una región, pueblo o comuna sufre el abandono del gobierno central esto se convierte en un gasto que mide la inversión y la recuperación cuando se adquiere conciencia de un sector productivo y emprendedor.

Estrategias de publicidad.- El presente trabajo de investigación combina métodos de las directrices del plan de desarrollo estratégico, que busca el progreso de La Manga del Cura y su entorno para que fomente el turismo como una identidad cultural. Se propone que a través del periódico, radio, video, redes sociales, televisión y sus programas, páginas web y móviles, a través de estos sistemas a los establecimientos relacionados con la actividad turística como son los hoteles, sitios de hospedaje, comercios, restaurantes u organizaciones y aprovechar el servicio aplicable a la ejecución y control de un plan de marketing estratégico con promociones.

FIGURA 1 Estrategia de Publicidad



Elaborado y diseño: Blanca Susana Anastacio Asunción

Todas las actividades dirigidas a potenciar el flujo de estrategias se comercializan para los destinos turísticos que juegan un papel importante en la consecución del éxito en una ciudad, comuna o región. Se clasifican las siguientes estrategias dirigidas al viajero por el destino turístico o cualquier intermediario donde se utiliza un sistema de comunicación a través de campañas promocionales, recomendación de difusión directa, que juega un papel importante en la comunicación con el turista, las agencias de viajes que diseñan publicidad para captar la atención promocional que inviten a conocer el cantón La Manga del Cura con uno de sus atractivos turísticos La Cascada Salto del Armadillo.

Para implantar las estrategias se debe tener definidas las acciones que gestionan el destino turístico conforme a las tácticas y el trabajo en conjunto con las actividades del Plan de desarrollo estratégico que tiene el Consejo Provincial de Manabí, para evaluar el avance de objetivos específicos medibles a desarrollar en la ciudad que aporte con un recurso sustentable para el crecimiento de la población y el cantón.

4.7. Desarrollo de la propuesta

Se plantea fomentar un plan de marketing en el plan de desarrollo estratégico de La Manga del Cura para promover La Cascada Salto del Armadillo que se encuentra ubicado en el Cantón El Carmen de la provincia Manabí, La cantonización presentada por los habitantes de La Manga del Cura, que se constituye como Municipio de la República del Ecuador se conforma de las siguientes Parroquias:

El Paraíso-La 14 (cabecera cantonal), el Salto del Armadillo (Santa Rosa y San Ramón), Santa María, Sana Teresa y la Palizada,

Se informa al Ejecutivo que luego de una consulta popular realizada el 27 de septiembre del año 2015, donde se define como territorio perteneciente a la provincia de manabita que se encuentra a atravesada por la Cordillera Costanera.

La Manga del Cura tiene los siguientes límites

FIGURA 2 Límites



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico La Manga del Cura

Norte: Cantón El Carmen - Manabí

Sur: Cantón El Empalme – Guayas

Este: Santo Domingo de los Colorados – Santo Domingo de los Tsáchilas

Buena Fe – Los Ríos

Oeste: Cantones Pichincha, Chone, el Carmen – Manabí

La topografía de La Manga del Cura es regular, con amplias zonas planas alrededor de la represa con ciertas elevaciones hacia el Cantón Chone. Su población varía de estudios en el territorio que determinan que es un área no delimitada, la vialidad urbana y rural está comprendida por el 68% de lastrado y 32% asfalto, un 30% cuenta con apertura de caminos, el suelo agrícola natural no mejorado, que la interviene el Municipio de El Carmen, Consejo Provincial de Manabí y del Guayas.

Las infraestructuras, el agua se capta por diferentes centros poblados que se la realiza a través del río y pozos mediante sistema de bombeo, la energía eléctrica cubre el 40% de la población, la calidad del servicio de energía eléctrica es deficiente, es provista de la empresa EMELSAN-Santo Domingo de los Tsáchilas.

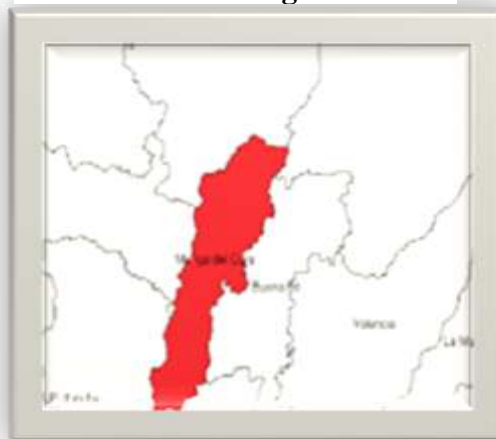
El alcantarillado sanitario es deficiente, todos estos inconvenientes se da por la indefinición territorial que no asumen las autoridades para satisfacer la necesidad y proveer los servicios vitales que lo conforman a más de la salud, educación para los habitantes de la comuna.

El plan de desarrollo estratégico no contiene disposición para trabajar con el turismo local o comunitario, la agricultura y ganadería son la mayor fuente de ingreso la obtienen la población económicamente activa de las zonas rurales.

El contenido de este documento es el siguiente:

- Cantonización de La Manga del Cura con sus respectivas parroquias y establezcan parroquias.
- Establecer capacitaciones al personal técnico de territorio e involucrar a más personal especializado.

FIGURA 3
Territorio La Manga Del Cura



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico
La Manga del Cura

- Red vial de conexión cantonal, intercantonal e interprovincial.
- Mejorar la coordinación interinstitucional a través de campañas promocionales para invertir en proyectos de mutuo beneficio y bajar los costos operativos y de construcción.
- Determinar ordenanzas en relación al ordenamiento territorial

Plan de marketing

Se busca que con la fomentación de un plan de marketing el turismo en el cantón La Manga del Cura, con su atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo tenga mayor cobertura que involucre la retribución monetaria, capacitar a la comunidad con un clima laboral, la comunicación interna, motivación e integración de la población manabita para mejorar sus ingresos y diseñar fuentes de trabajo para aumentar la productividad al sentir que es importante la visión, objetivos y lograr la meta propuesta que es el turista local, nacional y extranjero.

El Consejo Provincial y la Municipalidad se proyectan a incentivar a la comunidad con campañas para elevar los valores culturales, ambientales y económicos, entretenerse en los sitios emblemáticos, conocer los rincones que tienen la Cascada Salto del Armadillo, expandir campañas a nivel nacional buscando alianzas con empresas que se dediquen al área turística, donde se ofrezca calidad, calidez y satisfacción a los viajeros.

FIGURA 4
Comunicación cantones



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico La Manga del Cura

La actitud de los habitantes hacia los turistas, la cortesía y amabilidad con la que se trate será determinante para los turistas. El tener una mala experiencia con la persona puede llevar a hacer una publicidad que no sea beneficiosa para el atractivo turístico por lo que el turista no querrá regresar. Se analiza estas actitudes del mercado turístico a través del FODA para conocer los puntos importantes en los diferentes servicios y áreas donde los turistas visitan el sitio para satisfacer sus necesidades. Se reflejan las fortalezas y debilidades que muestra el cantón, así como las amenazas y oportunidades que muestra en entorno de la Cascada Salto del Armadillo.

Tabla 10

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS Ubicado en la costa Ecuatoriana Se puede practicar deportes extremos Ambiente familiar Personal responsable y social	DEBILIDADES La infraestructura en mal estado Escasez de servicios básicos en la zona de la Cascada Salto del Armadillo Poca promoción turística para el sector Falta de señalización y señaléticas para llegar al atractivo turístico
FACTORES EXTERNOS	
AMENAZAS Factor del sistema climático Incremento de servicios que den el mismo producto turístico Expectativa de clientes con respecto a los servicios que ofrece los sitios de hospedajes La contaminación del medio ambiente, las aguas que forman la cascada	OPORTUNIDADES Aprovechar las campañas publicitarias del Ministerio del Turismo Mayor acceso de turista a la zona Alianzas estratégicas para concretar destinos turísticos Ampliación de la ruta del sol

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Análisis de las estrategias del FODA

La relación de los factores internos y externos nos da otra perspectiva sobre la problemática que se da en la Cascada Salto del Armadillo. En el factor interno donde el cliente y el sitio turístico determinan los servicios que requieren y sirven como base para la implementación del plan de marketing por la calidad que es fundamental para establecer la

fidelización del atractivo turístico. En el factor externo, los cambios del comportamiento se suscitan para efectuar correctivos necesarios que influyen en la calidad del servicio.

Estrategia FO: Establecer alianzas para promocionar la costa ecuatoriana con paquetes turísticos.

Estrategia DO: Se identifican un mercado turístico con necesidades de medios publicitarios para definir la zona turística.

Estrategia FA: Fomentar el cuidado y protección del medio ambiente a través de rutas ecológicas para concientizar a los turistas.

Estrategia DA: Proveer de servicios de excelente calidad a través de la infraestructura natural acorde a las exigencias de los turistas.

Establecidos los factores internos y externos del análisis Foda existe la posibilidad de superar las acciones identificadas, que impiden el logro de los objetivos para aplicar el plan de marketing con las siguientes estrategias:

Estrategia competitiva

Los componentes del sector turístico dependen de la dinámica económica de la población económicamente activa, la tendencia del crecimiento en los niveles culturales para emplear el ocio como factor determinante para la competitividad. En el sector de los servicios turísticos, los procesos tienen mayores barreras de entrada que se presenta en el campo del turismo por la falta de frecuencia de ingresos debido a la inconstancia de los viajeros que son principalmente personas naturales que incursionan este sector.

- Demanda de lugares de diversión y esparcimiento en los sitios turísticos
- Sitios sustitutos para encuentros familiares.
- Incrementar la participación del sector turístico.
- Aceptación de las condiciones en la incursión del turista.

Estrategia de negociación

Los distintos sectores aportan al turismo sitios de diversión y esparcimientos que incluyen la diversificación de servicios, motivo de crecimiento en la economía. La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo ofrece servicios relacionados con actividades de deportes extremos y de destreza. El crecimiento que se da, está inmerso a un mercado libre de competencia relacionado a la sostenibilidad que minimiza la causa de una mala promoción.

- Aprovechar el espacio del atractivo turístico para innovar actividades de excursión.
- Diversidad de servicios que se ofrezcan para los turista.
- Comportamiento del personal para el trato directo con los usuarios
- Establecer la relación con el turista, y el personal que esté a cargo de la atención dentro de La Cascada Salto del Armadillo.
- Incrementar la competitividad, conservación de la inversión productiva

Estrategia de liderazgo

El papel importante de una estructura organizacional turística propende lograr una sinergia para alcanzar objetivos planteados con un sistema integral de comunicación de elementos de seguridad concerniente al servicio de los turistas. El crecimiento personal, transformará un efecto multiplicador de beneficios con el personal y funcionarios que deben atravesar diferentes fases de liderazgo.

- Programa de desarrollo personal para fortalecer y formar a los líderes comunitarios.
- Convertir en verdaderos líderes comunitarios en cada rol o responsabilidad, donde se aporte la consecución de los logros.

- Coordinar un programa de inducción al personal a través de capacitaciones para lograr la calidad y la aplicación de técnicas por parte del personal que atiende en el sitio turístico Cascada Salto del Armadillo.
- Actualizar manuales de los procesos de gestión turística.

Las diferentes estrategias que se aplican en este capítulo están básicamente dadas para establecer alianzas con entidades en el área del turismo, se considera que el Municipio de la provincia de Manabí cuenta con un plan de desarrollo estratégico al que se tiene que fortalecer con el plan de marketing para alcanzar que el atractivo turístico tenga mayor difusión a nivel nacional e internacional.

El turismo a nivel mundial promueve motivos culturales, interés social, u ocio; esto se da en distintos lugares de un entorno o hábitat. La suma de actividades que realizan los turistas durante sus viajes de vacaciones o laborales en un periodo de tiempo consecutivo dentro de un año en que se da el desplazamiento de diversas diligencias que acostumbran a desarrollar en un programa o proyecto. Las preferencias de un lugar para reposo, relajación o curación a través de la utilización de aguas termales o minerales.

Tácticas

- Contactar a las entidades de turismo para tener una canalización y promoción del sitio turístico.
- Realizar por medio de escritos una solicitud a las personas responsables para que tomen asunto en los requerimientos del atractivo turístico.

- Visitar las agencias de viajes para lograr un acercamiento publicitario o promocional para colocar y dar a conocer los servicios y espacios con los que cuenta la Cascada Salto del Armadillo.
- Vincular las redes sociales con dominios para que se alcancen las visitas a la web creada por el departamento de marketing.
- Dar a conocer la página web de turismo Manabí donde se resalte los atractivos de la Manga del Cura.

Para tener la certeza que la aplicación del plan de marketing es lo más recomendable, se realizará una retroalimentación en el atractivo turístico para conocer los cambios que se han dado luego de la encuesta realizada en el capítulo III y saber cuan satisfechos están actualmente en el sitio y e iniciar el desarrollo de la estrategias y tácticas, así mismo luego de un periodo considerable volver a realizar la encuesta de satisfacción al cliente.

Costos

Tabla 11
Costo de publicidad

Promoción	Unidades	Material	Valor
Afiches	1 millar	Papel couche	300,00
Trípticos	1 millar	Papel couche	150,00
Stickers	1 millar	Vinil adhesivo	200,00
Página web	1 página/anual	Plataforma virtual	35,00
Revista	Espacio de Doble página	Papel satinado	200,00
DVD	500 grabación de 15 mnts..	Multimedia	1000,00
			1885,00

Elaborado por: Blanca Susana Anastacio Asunción

Fuente: propia

4.8. Impacto/Producto/Beneficio obtenido

Impacto económico

La riqueza agrícola de la zona hace la economía sostenible de forma independiente para alcanzar el crecimiento, en la mayoría de las comunidades y localidades se muestran cultivos en etapa de producción: siembra, cosecha o preparación del terreno. Las laderas destacan la producción se cosechas, el aire está lleno de humedad y la tierra retiene el agua. (<http://www.eldiario.ec/>, 2016)

El aporte que tiene el proyecto con los habitantes de La Manga del Cura, es la generación de fuente de trabajo en el área artesanal, turística y comercial, el crecimiento que se da al fomentar el plan de marketing que incluirá personal con los conocimientos necesarios para llevar a cabo la actividad que se genere en el sitio.

Impacto medioambiental

La reserva natural ofrece servicios turísticos, el bosque de frondosos árboles, las carreteras que une a las comunidades. La Cascada Salto del Armadillo con una caída de agua de más de 10 metros de altura, con vertiginoso descenso, la corriente se transforma en una blanca espuma, entrega un fresco rocío, su encanto es imponente que el espacio se torna la tranquilidad para los visitantes. (<http://lahora.com.ec>)

La propuesta a desarrollar en La Manga del Cura-Cascada Salto del Armadillo comprende fomentar un plan de marketing con los recursos de impacto positivo y lograr contribuir al lugar con soluciones ambientales, evitando el consumo innecesario de los recursos y tener el buen manejo de los desechos. El entorno que rodea la zona turística preserva el patrimonio y el medio ambiente.

Impacto social

Los habitantes del cantón La Manga del Cura ven de manera positiva el fomentar el turismo comunitario a través de un plan de marketing donde la cooperación entre las autoridades y beneficiarios se produzca de manera directa e indirecta, apoyando con la limpieza de las áreas aledañas en la práctica del mantenimiento de la actividad comercial.

En 1837 por cien pesos el Dauleño Nicolás de Avilés compró la montaña de San Francisco de Peripa –donde se encontraba lo que hoy es La Manga del Cura–, un territorio que Guayas alega es originario de Daule, y que luego pasó a los nacientes cantones de Balzar y El Empalme, todos guayasenses y por eso reclama esa zona ahora en disputa. Esa compra consta entre la documentación y los registros oficiales con los que la Prefectura del Guayas defiende su tesis de límites. Los papeles datan desde la Ley de División Territorial del 21 de julio de 1824, cuando el país formaba parte de la Gran Colombia.

Así, los documentos indican que entonces el Departamento de Guayaquil lo constituían los cantones Guayaquil, Daule, Babahoyo, Baba, Punta de Santa Elena y Machala. Y a Manabí le correspondían las cabeceras de Portoviejo, Jipijapa y Montecristi “sin indicar límites, dejando esa atribución en forma provisional al poder Ejecutivo”. Luego de 24 años de la compra de la montaña, en la segunda Ley de División Territorial de 1861, la provincia cambió su nombre a Guayas y quedan definidos sus cantones: Guayaquil, Daule, Santa Elena y Machala. Es aquí cuando Daule adquiere las parroquias Daule, Balzar, Santa Lucía y Soledad.

En esta época (1865) se habla de la llegada a la montaña del párroco Leandro Fierro, de Daule. Su intención era seguir el camino hacia el interior de la República. Al no poder cumplir este objetivo regresó a Daule, pero dejó sus enseñanzas evangélicas, por ello los

colonos para “inmortalizar aquel camino o trocha trazado por este párroco lo denominaron La Manga del Cura”, según consta en la tesis guayasense. (<http://www.eluniverso.com>)

Impacto político

Varios factores han frenado el desarrollo de esta zona, los cuales se agrupan en un antes y después de 1967, año en el que se definieron los límites de las provincias de Manabí y Pichincha, por ende, de los cantones El Carmen (al cual se anexó La Manga del Cura) y Santo Domingo respectivamente. Antes de 1967, se presentaron factores como:

El tardío descubrimiento de la zona, accesos montuosos y una indefinición de sus límites. Y después de 1967, hitos como: La creación de varios cantones a su alrededor (cinco de los seis cantones que circundan esta franja recién ganaron su vida político-administrativa a partir de ese año), así como la inobservancia de los estudios de impacto ambiental y de los programas de reasentamientos al construir el embalse artificial de agua dulce más grande en el Ecuador, como es la Represa Daule-Peripa. (<http://www.asambleanacional.gob.ec>)

Impacto institucional

En un documento publicado el día 25 de febrero de este año en un diario manabita se publica lo siguiente: Asambleístas junto a la gobernador y el prefecto de Manabí Mariano Zambrano acompañado de una delegación de esta provincia solicitaron en Quito al presidente Rafael Correa una audiencia para exponer los argumentos jurídicos y declarar la zona no delimitada de La Manga del Cura como propia.



Gestionan sus obras y servicios a través de un limitado grupo de comités, que agrupan a dirigentes de diversas comunidades rurales, los cuales se han convertido en importantes nexos con las instituciones del Estado. Se calcula que La Manga del Cura desde el año 1967 ha dejado de percibir aproximadamente 58'080.000 millones de dólares, por concepto de alícuotas municipales, tomando en cuenta una alícuota promedio mensual de 110 mil dólares, equivalente a lo que habrían percibido cantones de similar población como Baños y Puerto López. ¿Cuánto tiempo más debe esperar esta franja territorial para que se ratifiquen sus linderos? . (<http://elyex.com>)

Impacto de capacitación y aprendizaje

En la actualidad, el cantón La Manga del Cura se desarrolla capacitaciones por parte de la Prefectura del Guayas en las unidades educativas donde apropiadamente 625 participantes reciben cursos de informática siendo la población de manera general beneficiada con estas jornadas de aprendizaje. Los servicios y aportes que se reciben tienen una gran acogida en niños, jóvenes y adultos que se comprometen a continuar con esta iniciativa de educación digital que contribuye a trabajar por el desarrollo de La Manga del Cura y de sus recintos aledaños. En un reportaje dado por el directo del CTP, Julio Aguayo indica:

Se mostró complacido con la acogida que tuvieron los cursos en esa comunidad, lo cual les permitió brindar sus servicios y aportar a la educación de niños y adultos, comprometiéndose a seguir repotenciando la educación digital básica en ese sector guayasense. "Queremos contribuir y trabajar con ustedes por el desarrollo de La Manga del Cura, que es y siempre será guayasense", dijo Aguayo dirigiéndose a los presentes. (<http://www.guayas.gob.ec>)

4.9. Validación de la propuesta

1. Identificador del Validador

Fecha	Guayaquil, 28 de marzo del 2016
Nombre y Apellido	José Vicente Hugo Arrobo Reyes
Lugar donde trabaja	Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Título y/o Grado Académico	Economista, MSc.
Actividad que realiza	Docente de la Carrera de Mercadotecnia

2. Tabla de valoración

Valoración Aspectos	Muy adecuada 5	Adecuada 4	Medianamente adecuada 3	Poco adecuada 2	Nada adecuada 1
Introducción	X				
Objetivos		X			
Pertinencia			X		
Secuencia		X			
Profundidad		X			
Lenguaje		X			
Comprensión		X			
Creatividad		X	X		
Impacto					
Total	5	24	6		

Total puntaje	35
Tabla de evaluación	
PUNTAJE	RESULTADO
0 – 29	Reformular
30 – 37	Aceptable
38 – 45	Excelente

3. Certificación

Yo, Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes, Docente de la Carrera de Mercadotecnia con cédula de identidad # 0904217056 certifico que realice el juicio del experto al instrumento diseñado por la estudiante de fin de carrera, Blanca Susana Anastacio Asunción, en el proyecto de investigación cuyo tema: **PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016.**”

4. Observaciones:

Como resultado de la evaluación se considera **APROBADO** el proyecto de investigación.

Atentamente,

Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes
Carrera de Mercadotecnia
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

1. Identificador del Validador

Fecha	Guayaquil, 28 de marzo del 2016
Nombre y Apellido	José Vicente Hugo Arrobo Reyes
Lugar donde trabaja	Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Título y/o Grado Académico	Economista, MSc.
Actividad que realiza	Docente de la Carrera de Mercadotecnia

2. Tabla de valoración

Valoración	Muy adecuada 5	Adecuada 4	Medianamente adecuada 3	Poco adecuada 2	Nada adecuada 1
Aspectos					
Introducción	X				
Objetivos		X			
Pertinencia			X		
Secuencia		X			
Profundidad		X			
Lenguaje		X			
Comprensión		X			
Creatividad		X			
Impacto			X		
Total	5	24	6		

Total puntaje	35
---------------	----

Tabla de evaluación	
Puntaje	Resultado
0 – 29	Reformular
30 – 37	Aceptable
38 -- 45	Excelente

3. Certificación

Yo, **Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes**, Docente de la Carrera de Mercadotecnia con cédula de identidad # **0904217056** certifico que realice el juicio del experto al instrumento diseñado por la estudiante de fin de carrera, Blanca Susana Anastacio Asunción, en el proyecto de investigación cuyo tema: **PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LA CASCADA SALTO DEL ARMADILLO COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS HABITANTES, CANTÓN LA MANGA DEL CURA, SECTOR PARAÍSO 14, AÑO 2016.**”

4. Observaciones:

Como resultado de la evaluación se considera **APROBADO** el proyecto de investigación.

Atentamente,

Msc. José Víctor Hugo Arrobo Reyes
Carrera de Mercadotecnia
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Conclusiones

- Establecer los objetivos reales y alcanzables para crear bases en la consecución de proyectos.
- Conocer el comportamiento de los seres humanos con el medio ambiente de una manera directa que minimicen el impacto de los recursos.
- Considerar aspectos culturales y naturales para la conservación del ecosistema de las comunidades del entorno con alternativas de acciones estratégicas.
- Motivar la concientización de preservar el hábitat.
- Definir directrices para el desarrollo sostenible con principios específicos, económicos, sociales y medioambientales de turismo que contribuyen a la conservación del patrimonio autóctono.
- Se debe considerar las temporadas de mayor concurrencia por parte de los turistas hacia el Cantón de la Manga del Cura para organizar promociones sobre el sitio turístico y sus ventajas.
- Cubrir las necesidades aptas para que practiquen algún deporte en la Cascada Salto del Armadillo donde los turistas sientan un ambiente placentero.
- Las dificultades y necesidades de infraestructura crecen a falta de la atención de las autoridades pertinentes para mejorar el desarrollo turístico de una manera correcta y obtener resultados a beneficios de quienes visitan el sector.

Recomendaciones

Las gestiones de manera sostenible representan una valiosa oportunidad económica, cultural en la utilización y conservación de la naturaleza para los habitantes de una zona, obtener beneficios sociales, económicos, culturales, educativos, políticos y medio ambientales en las comunidades locales e indígenas que conservan el derecho al desarrollo turístico, donde la equidad, oportunidad, la igualdad, la ética rigen en las sociedad de este siglo.

En el Ecuador el proceso de consolidación del sector turístico posee múltiples atractivos culturales en contexto internacional en búsqueda de un desarrollo sostenible en países con mayor biodiversidad donde se asumen la implementación de diversas acciones, la creación de infraestructura, el desarrollo tecnológico, la capacitación profesional, con la intención de propagar el turismo comunitario sostenible que tienen sus efectos en la economía, sociedad y ambiente para incrementar las condiciones de la vida de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuja & Constante . (2013). Plan de marketing para promover los atractivos. Mejía.
- Alcudia Maldonado. (2012).
- Ancín, J. M. (2013). El Plan de Marketing en la Practica . Madrid: ESIC Editorial.
- Cardenas. (2011).
- Casanueva Rocha, C. G. (2012). Dirección estratégica de organizaciones turísticas. Madrid: Larousse .
- Diario PP El Verdadero, n. (2016). Manabí confía en que La Manga del Cura ratificará pertenencia territorial. <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-al-dia/item/manabi-confia-en-que-la-manga-del-cura-ratificara-pertenencia-territorial.html>, pág. Noticias.
- Femenía Millet, O. (2010). La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. En O. Femenía Millet, La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing (pág. 21). Gandia: B - Olga Femenía Millet.
- Fernández, J. E. (2013). Finitud y Mediacion, la logica de Hegel. Buenos Aires-Argentina: Ediciones del Signo.
- Ferrel, Hartline. (2012). EStrategias de Marketing. En M. D. O.C. Ferrell, EStrategias de marketing 5ta edición. México: Cengage Learning.
- Guerrero González, P. E. (2014). Introducción aol turismo. En P. E. Guerrero González, Introducción aol turismo (pág. 49). Mexico: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Jesús Rivas, Marta Magadán. (2012).
- Kotler, P. &. (2011). Fundamentos del Marketing . Mexico: Edición adaptada a Latinoamerica.
- Kotler, Armstrong. (2013). Fundamentos de Marketing. En G. A. Philip Kotler, Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación .
- Kotler, Keller. (2012). Direccion de Marketing. Mexico: Pearson Educación.
- López, a. S. (2011). Recursos turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación. En a. S. López, recursos turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación.
- Maldonado Alcudia, M. C. (2012). Turismo y religión. Mexico: Miguel Ángel Porrúa.
- Manabí. (2015).
- Manzanares, J. G. (2010). Sistema de informacion turistica. En J. G. Manzanares, SITA.
- Millet Femenina. (2010). Herramientas eficases .

- Ministerio de turismo. (2010). REglamento para el Registro de Centro Turistico Comunitario.
- Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo.
- Omt. (s.f.). Codigo etico mundial para el turismo.
- Ortiz, a. (2012). Plan de marketing para la optimización del turismo en el cantón rumiñahui. Rumiñahui.
- Pavón Ruano. (2012).
- Pelaez, L. V. (2011). Turismo y Promocion de destinos turisticos. ESpaña.
- Perla Guerrero, Elizabeth Ramos. (2014).
- Philip Kotler, G. A. (2012). Marketing. Mexico: Pearson Educacion.
- POZO, P. D. (2014). Plan Estrategico para el Desarrollo Comunitario en la Comuna Ayanque. Santa Elena.
- Ramírez, M. (2010).
- Rivas García, J. M. (2012). Planificación turística y desarrollo sostenible. Epaña: Septem Ediciones.
- Rivas, J. A. (2013). Comportamiento del consumidor- Deciciones y Estrategias de Marketing. Madrid: ESIC Editorial.
- Robalino, G. A. (2012). Promocion turistica del balneario de Banchar. Manabí.
- Ruano Pavón, C. (2012). Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales. España: IC Editorial.
- STANTON, E. –W. (2013). Fundamentos de Marketing. Mexico: McGraw-Hill - Segunda Edicion.
- Zambrano Mariano, M. (s.f.). Plan de Desarrollo Estrategico La Manga del Cura. En I. Z. Prefecto.
- Zambrano, M. (2011). Plan de Desarrollo EStratégico La Manga del Cura. Manabi: ADPM.

WEB BIBLIOGRÁFICA

- www.manabí.com . (2014).
- <http://www.turismo.gob.ec>. (2015).
- <http://www.turismo.gob.ec/>. (06 de 10 de 2015). <http://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>: <http://www.turismo.gob.ec/> Gestipolis. (s.f.). <http://www.gestiopolis.com>. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/ventajas-competitivas-sector-turismo/>.
- <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=promocion>. (09 de 10 de 2015). Obtenido de <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=promocion>: <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=promocion>
- <http://www.turimo.gob.ec>. (2015).
- <http://valderrediblesostenible.squarespace.com>. (s.f.). <http://valderrediblesostenible.squarespace.com/blog/2010/6/9/la-calidad-en-el-servicio-turistico.html>.
- <http://www.gestiopolis.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/ventajas-competitivas-sector-turismo/>.
- <http://www.marketing-xxi.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>.
- <http://www.marketing-xxi.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>.
- (<http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/manga-del-cura>, 2015). (8 de 10 de 2015). Obtenido de (<http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/manga-del-cura>, 2015): (<http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/manga-del-cura>, 2015)

ANEXOS

ANEXO 1 MARCO LEGAL

Ley de Turismo Capítulo I, Art. 3 a) y d); Art. 4. a), b), c), d), e), f) y; g) Esta Ley establece que se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. (TURISMO, 2014)

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de LEY DE TURISMO - Página 1 Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Código ético mundial para el turismo.- Art. 2 El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo. El código indica que la actividad en el que se maneja los recursos turísticos de una localidad de manera sustentable debe incluir a todos los habitantes para que conjuntamente realicen acciones en las que se observe la distribución equitativa de todos los recursos tanto naturales y culturales que posee dicha comunidad. (OMT)

ARTÍCULO 2 El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores, y las personas con discapacidades, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse

con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.

4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

5. Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

Reglamento para el Registro de Centro turísticos comunitario.- Título Cuarto.- el fondo de promoción turística. Art. 76 De la promoción.- Comunicación e información.-
CAPÍTULO V Del Patrimonio: Art. 15, 16, 17, 18.- Capítulo I Normas Generales, numeral 1, 2, 4 y 5. Es el Reglamento para el Registro de Centros Turístico comunitario, define al turismo comunitario como acciones de emprendimiento, referentes a servicios turísticos, las mismas que deben desarrollar competencias en las actividades que ellas realicen.

TÍTULO CUARTO EL FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO - Página 17 El ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico. La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc. La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de

Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.

CAPÍTULO V Del Patrimonio

Art. 15.- Oferta Turística.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 16.- Prohibición.- Prohíbese el uso de la expresión “turismo comunitario” o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable.

Art. 17.- Sostenibilidad ambiental.- La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

Art. 18.- Exclusividad.- Los recursos naturales que han sido transformados en atractivos turísticos y que se encuentran asentados en determinado territorio comunitario que cuenta con títulos de propiedad o que se encuentra en posesión ancestral, son de uso exclusivo de ella para la operación turística. (Derecho de dominio, derecho de posesión). Si la empresa privada utiliza los recursos que se encuentran dentro del territorio comunitario deberá hacerlo previa coordinación con la comunidad.

CAPÍTULO I Normas Generales

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.**- El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- **Personalidad jurídica.**- Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

CAPÍTULO II De los Derechos y Obligaciones

Art. 5.- De la Gestión.- La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. (Ministerio de turismo, 2010)

Constitución de la República del Ecuador

TÍTULO II.- DERECHOS.- Capítulo primero.- Principios de aplicación de los derechos,

Art. 10.- Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.

Capítulo séptimo.- Derechos de la naturaleza.-

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependen de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para

alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales. Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado. Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre del daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente. Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles. Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y

con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un Ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.

2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.

3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente.

4. Asegurar la intangibilidad de las áreas naturales protegidas, de tal forma que se garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas de los ecosistemas. El manejo y administración de las áreas naturales protegidas estará a cargo del Estado.

5. Establecer un sistema nacional de prevención, gestión de riesgos y desastres naturales, basado en los principios de inmediatez, eficiencia, precaución, responsabilidad y solidaridad.

(Asamblea Constituyente-Ecuador, 2011)

ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA

1. ¿Visita usted los sitios turísticos que posee el Ecuador?

SIEMPRE	173	FRECUENTEMENTE	134
RARA VEZ	70	NUNCA	7

2. Sabía usted que la provincia de Manabí posee riquezas naturales que se pueden visitar?

SI	307	NO	77
----	-----	----	----

3. ¿Conoce el atractivo turístico La Cascada Salto del Armadillo que posee La Manga del Cura

SI	173	NO	211
----	-----	----	-----

4. ¿Qué cualidades considera usted que califican a la Manga del Cura?

HOSPEDAJE	5	GUIAS TURÍSTICAS	5
ACTIVIDAD RECREACIONALES	173	ALIMENTACION DE CALIDAD	134
BAÑOS PUBLICOS	2	ATENCION AL CLIENTE	65

5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentra para visitar la Cascada Salto del Armadillo?

TRANSPORTE	77	NO CONOCER EL SITIO	134	COMO LLEGAR AL MISMO	173
------------	----	---------------------	-----	----------------------	-----

6. ¿Considera usted interesante visitar y conocer los encantos que rodean a la Cascada Salto del Armadillo?

SI	307	NO	77
----	-----	----	----

7. ¿Cree usted que los habitantes están interesados en el desarrollo y progreso de la comunidad?

SIEMPRE	134	FRECUENTEMENTE	173
RARA VEZ	27	NUNCA	50

ANEXO 3 FOTOS DEL RECONOCIMIENTO DEL SITIO TURÍSTICO

CASCADA SALTO DEL ARMADILLO

LOCALIZADO: Cantón el Carmen

UBICACIÓN: Provincia de Manabí

Sitio atractivo turístico: CASCADA SALTO DEL ARMADILLO

Comuna: San Ramón- Paraíso La 14.

Líneas de transporte terrestre: Zaracay

Punto estratégico para llegar:

Los Ríos: Quevedo –San fe

Guayas: Cantón el Empalme

Santo Domingo de los Tsáchilas: Recinto Patricia Pilar

Manabí: Cantón El Carmen

Altura de la caída de Cascada Salto del Armadillo: 10 metros

Clima: Húmedo tropical

Temperatura: 22°

A continuación las fotos donde se muestra las características de los servicios que ofrece este sitio turístico.

Ilustración 1 Vía de acceso al Sitio turístico por el recinto Patricia Pilar



Ilustración 2 Vía de acceso a la Cascada Salto del Armadillo

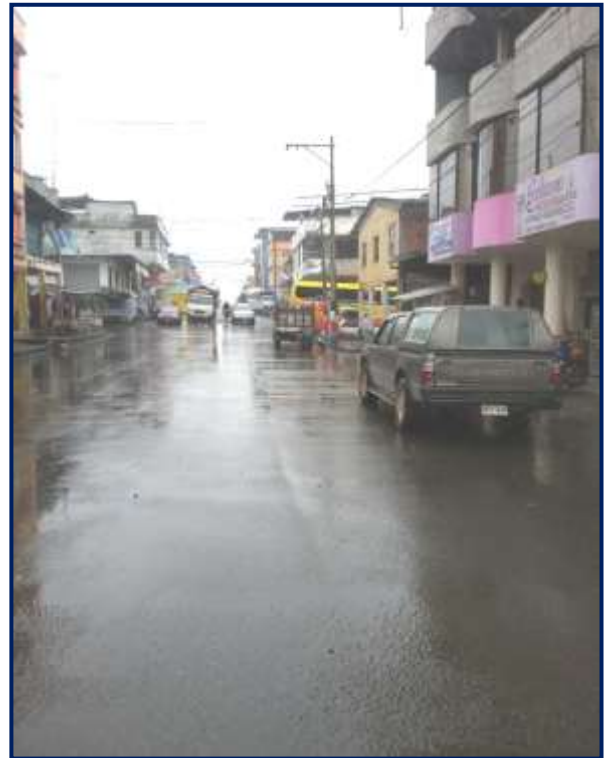


Ilustración 3 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo



Ilustración 4 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo

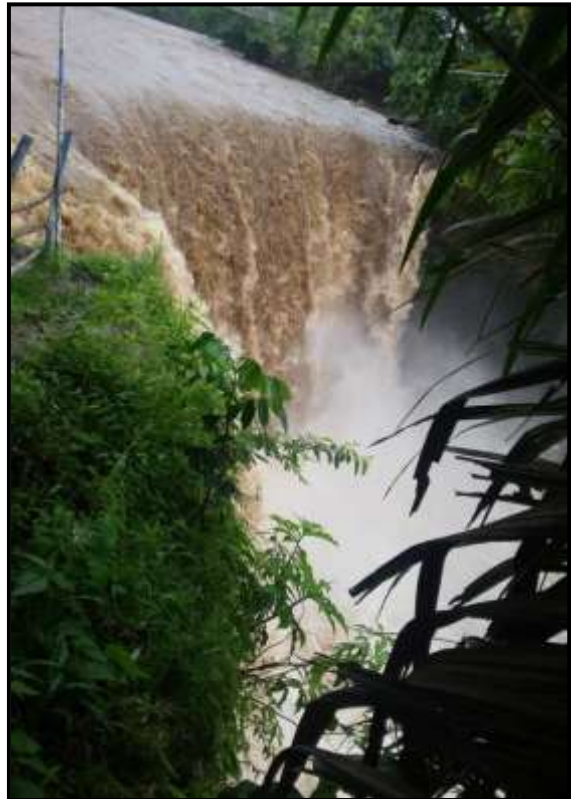


Ilustración 5 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo



Ilustración 6 Manga del Cura - Cascada Salto del Armadillo



ANEXO 4 ACTIVIDAD REALIZADA

Ilustración 7 Encuesta en el Cantón La Manga del Cura



Ilustración 8 Encuesta Realizada A los Habitantes del Cantón La Manga del Cura





Ilustración 9 Visita Al Prosecretario General De Consejo Provincial De Manabí



ANEXO 5 MAPAS DEL CANTÓN LA MANGA DEL CURA



MANABÍ

Manga del Cura, Aptitudes Agrícolas



LEYENDA
APTITUDES AGRÍCOLAS

- Límite Cantonal
- Área zona húmeda
- Cultivos con condiciones topográficas y suelo favorables
- Cultivos con condiciones ligeros y no favorables



COMANDANCIA PROVINCIAL
DE MANABÍ

Batallón PLAZA
Punto de Información:
Calle Topografía N° 1 - 10000
Cartografía Terrestre WFP - BAE - INFOPLAN
Escala 1:20000

Fecha:
Octubre, 2008

MANABÍ

Manga del Cura, Político - Territorial



SIMBOLOGÍA

-  Límite Cantonal
-  Población principal
-  Población
-  Carreteras de asfalto
-  Río



COMANDO PROVINCIAL
POLICIA MANABÍ

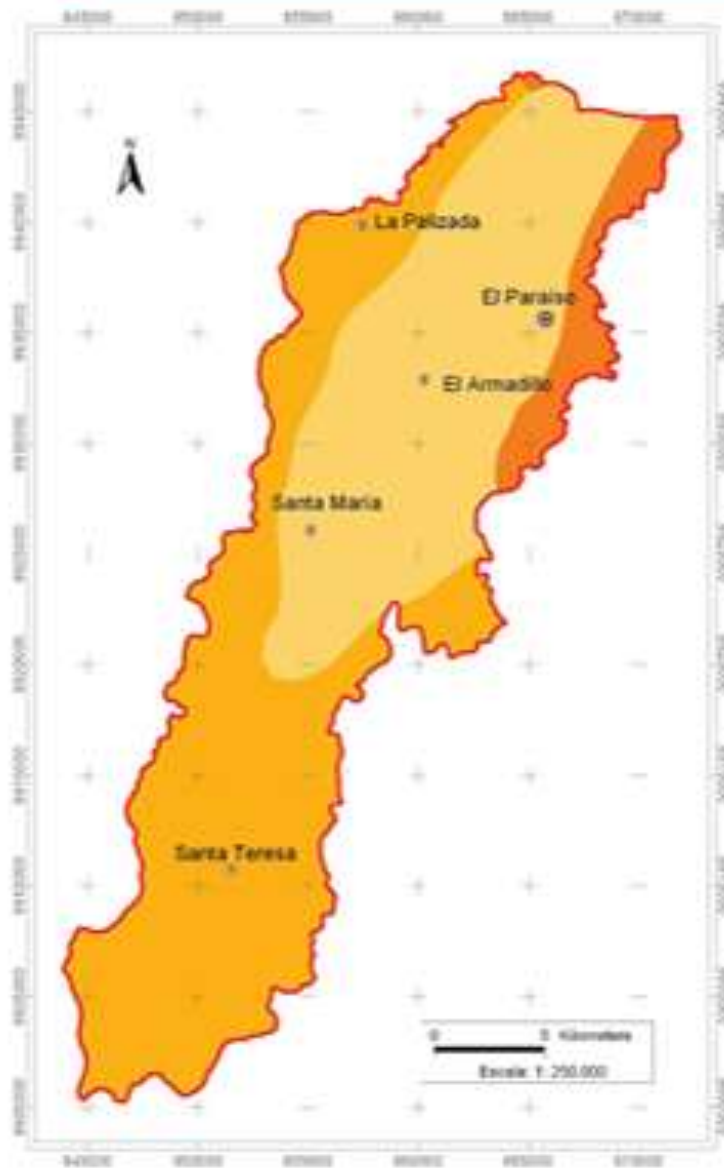
Dulce PSAD04
Punto de Información
Carta Topográfica IGN 1: 50000
Cartografía Topográfica MOP - INAE - INFOPLAN
Escala 1:250000

Fecha:





Octubre, 2008

MANABÍ

Manga del Cura, Geología



LEYENDA GEOLOGIA

-  Límite del área
-  Formación San Pablo (Banco calizas, arena y Cuaternario)
-  Formación Santa María (arenas, conglomerados, arcillas y Pírcanos - Cuaternario)
-  Formación Santa Teresa (arenas, arcillas y Pírcanos)



SERVICIO NACIONAL DE GEOLÓGIA
INSTITUTO ECUATORIANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

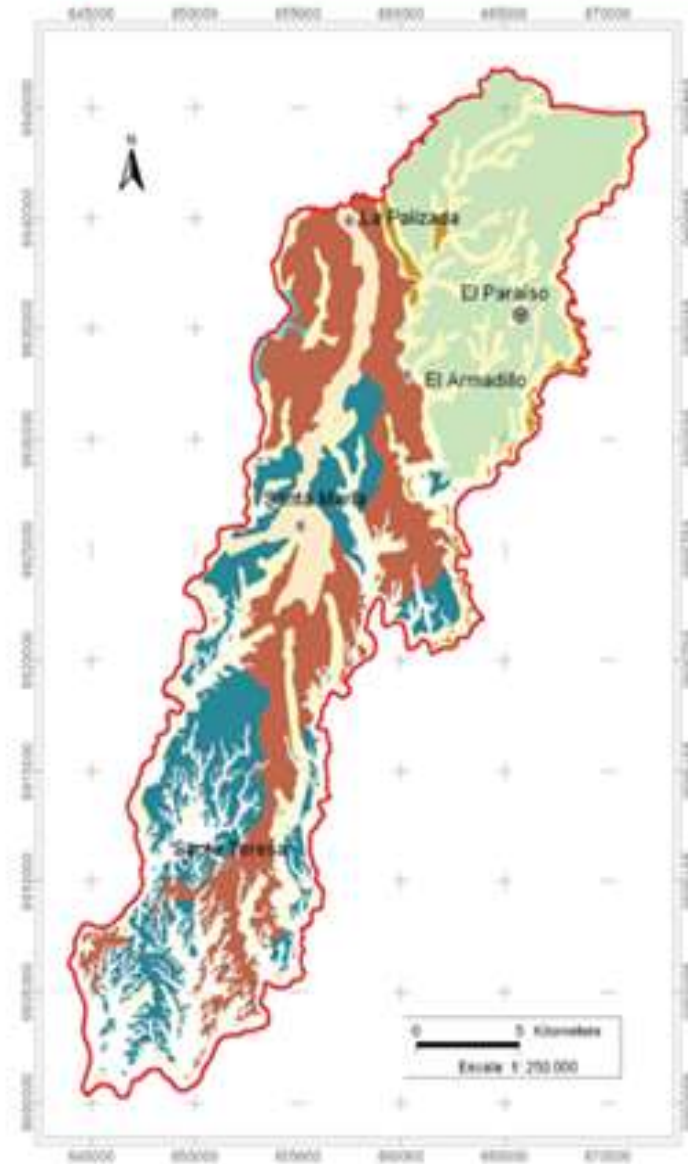
Dulce PRADA
Pavón de Investigación
Calle Topografía 628 E. 50000
Cartografía Temática MSP - MAE - INFOPLAN
Escala 25000

Fecha:

Octubre, 2008

MANABÍ

Manga del Cura, Geomorfología



LEYENDA GEOLOGÍA

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Límite Cantonal | Depósitos de talud aluvial-olho |
| Rocas y depósitos ígneos | Luvios aluviales de inundación |
| Cuencos aluviales | Tercera intrusión |
| Talud de deposición aluvial | Intrusión ígneas |



INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL
Ecuador

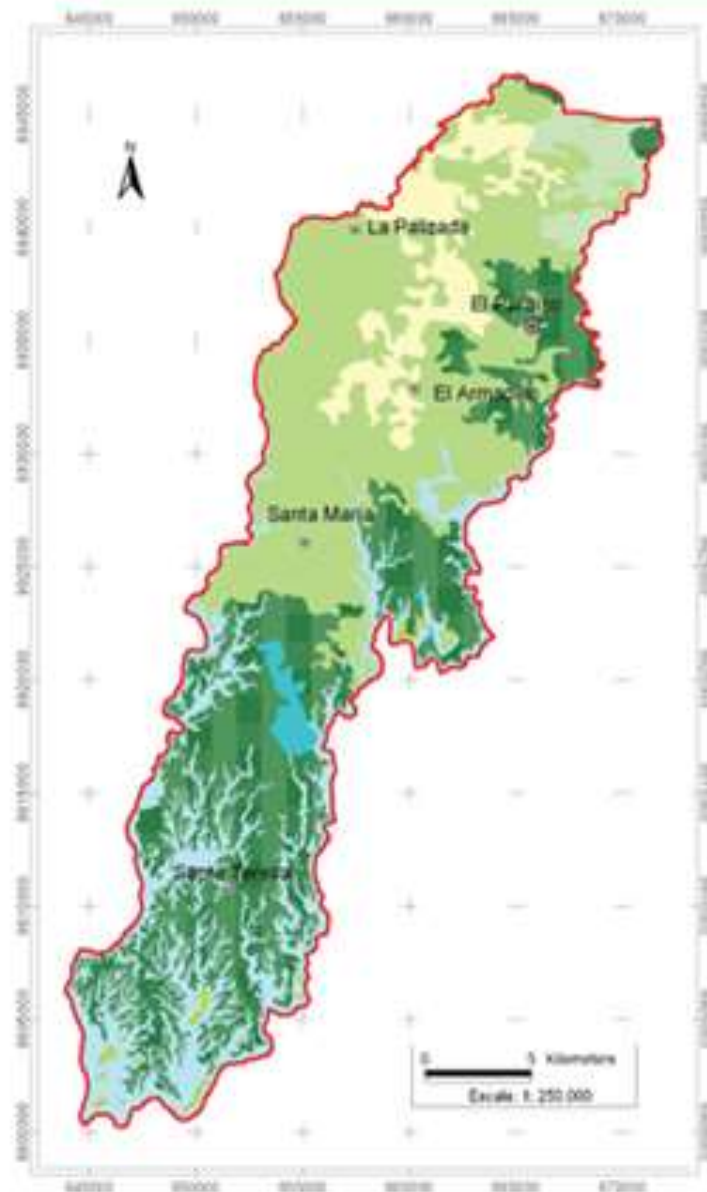
Oficina PSABIG
Facultad de Ingeniería
Cartografía Topográfica IGP - IANIG
Cartografía Topográfica IGP - IANIG
Escala 1:200,000

Fecha:

Octubre 2008

MANABÍ

Manga del Cura, Uso del Suelo



LEYENDA USOS DEL SUELO

	Cultivos de Cereales		Cultivos de Palma Aceitera
	Monte Alto Típico		Pastos Cultivados
	Bosque Pastoral		Pastos Naturales
	Cuerpos de Agua Artificial		Vegetación Secundaria
	Cultivos de Soja verde		



Baturo PLANOS
 Facultad de Ingeniería
 Carta Topográfica a Escala 1:25000
 Cartografía Topográfica MOP - INGE - INFOPLAN
 Escala 25000

Fecha:
 Octubre 2008